நீங்களும் ஜெயிக்கலாம்



ரமணன்

நீங்களும் ஜெயிக்கலாம்

ரமணன்

ramananvsv@gmail.com

மின்னூலாக்கம் : த.சீனிவாசன்

tshrinivasan@gmail.com

அட்டைப்படம் : மனோஜ்குமார்,
socrates1857@gmail.com

மின்னூல் வெளியீடு : http://FreeTamilEbooks.com

பொருளடக்கம்

அன்புள்ள வாசக நண்பரே,

சிறிய அளவில் ஒரு தொழிலையோ,
வியாபாரத்தையோ துவக்கி வெற்றிபெற
வேண்டும் என்பது உங்கள் கனவா?

ஆனால் கூடவே என்னால் இது முடியுமா?
என்ற கேள்வியும் எழுகிறதா?

வெற்றி பெற்றவர்களுக்கு தெரிந்த அந்தச்
சூத்திரத்தை யாராவது நமக்குச்
சொல்லுவார்களா?

அப்படியே அதைத் தெரிந்துகொண்டாலும் அது
எனக்கு பயன் தருமா?

போன்ற தொடர் கேள்விகளால் தயங்கி
நிற்கிறீர்களா?

உங்கள் தயக்கங்களை தகர்த்தெரியும் இந்தப் புத்தகம்

ஒரு தொழிலை துவக்க விரும்புவர்களுக்கு இருக்கவேண்டிய அடிப்படைத் தகுதிகள், அதை வளர்த்தெடுக்க வேண்டிய தகுதிகள், அதை வளர்த்தெடுக்க வேண்டிய முறைகள் போன்றவற்றோடு ஒரு தொழிலை துவக்கி அதை வளர்க்க இருக்கும் வாய்ப்புகள், அதனைப் பயன் படுத்திக்கொள்ளும் வழிகள், முயன்று வெற்றி பெற்றவர்கள், அப்படி முடியாமற் போனவர்கள் கையாண்ட வழிமுறைகள் ஆகியவற்றை ஆராய்ந்து நீங்களும் ஜெயிக்க வழிகளைச் சொல்லுகிறது.

சுருக்கமாகச் சொன்னால் இந்தப் புத்தகம் வெற்றியின் கையேடு. பக்கங்களைப் புரட்டப்

புரட்ட உங்கள் அரண்மனையின் வாசல்கள் திறப்பதை நீங்கள் உணரமுடியும் !

ரமணன்

ramananvsv@gmail.com

1 உங்களுக்கு உங்களைப் பற்றித் தெரியுமா?



சொந்தமாக ஒரு தொழிலைத் துவக்க பெரிய பொருளாதார பலம்,

புகழ் பெற்ற குடும்பப் பின்னணி, நிர்வாக மேலாண்மை, கல்வி போன்றவைதான் அவசியமான அடிப்படைகள் என்பது பலரது எண்ணம்.

குறுந்தொழில்களும் சிறுதொழில்களும்தான் இன்று இந்தியப்

பொருளாதாரத்தை இந்த அளவில் வளர்த்து, உலகத்தையே இந்தியாவை நோக்கித் திரும்பிப் பார்க்கச் செய்திருக்கிறது. கடந்த 30 ஆண்டுகளில் உலகின் மற்ற பல நாடுகளைவிட இந்தியாவில்தான் மிகச்சிறிய அளவில் துவக்கப்பட்ட நிறுவனங்கள் பெருமளவில் வளர்ந்திருக்கின்றன. பல தனிப்பட்ட மனிதர்கள், தங்கள் கனவுகளைக் காட்சிகளாக்கித் தெரிந்த, கற்றுக்கொண்ட,

தொழில், வியாபார உத்திகளைத் திறம்பட செயல்படுத்தி ஜெயித்திருக்கிறார்கள். அவர்களில் பலர் இந்த அடிப்படைகள் எதுவும் இல்லாதவர்கள்தான்.

சொந்தமாகத் தொழிலை சிறுஅளவில்துவக்குகிறவர்கள்.அனைவருமே, ‘வெற்றியை நோக்கி என்ற சிறுபுள்ளியிலிருந்துதான் துவக்குகிறார்கள். சிலர் ஜெயிக்கிறார்கள். சிலர் நடுவழியில் வளராமல் நிற்கிறார்கள். சிலர் தோற்கிறார்கள். ஏன் என்ற காரணங்களை ஆராய்ந்து பட்டியலிட்டிருக்கிறது சர்வதேச நிதி ஆணையத்தின் ஓர் அங்கம். அதில் சொல்லப்பட்டிருக்கும் முக்கியமான விஷயங்கள் 80 சதவிகிதத்துக்கும் மேற்பட்ட

நிறுவனங்கள் துவக்க கட்டத்தில் செய்திருக்கும் தவறுகள், சிலவற்றில் மிகச்சிறிய தவறுகள் திருத்தப்படாமல் தொடர்ந்து கொண்டிருந்திருக்கின்றனஎன்பதும், தொழில்முனைவோருக்கு ஆரம்பத்தில் சரியான வழிகாட்டுதல் இல்லாமை என்பவைதான். வெற்றி பெற்றவர்கள் முதல் நிலையிலிருந்தே சரியாகச் செய்திருக்கும் சில விஷயங்கள் புதியவர்களுக்குப் பாடமாகின்றன.

அந்தப் பாடங்கள் நமக்குச் சொல்லுவது முக்கியமான இந்த 5 விஷயங்கள்:
அவைதான் சொந்தத் தொழில் துவக்கி, வெற்றி பெற்றவர்களின் தங்கவிதிகள்.

1.தெளிவான குறிக்கோள்

2.திட்டமிட்டு செயலாற்றும் திறன்

3. மனிதர்களை கையாளும் முறைகள்

4. பிரச்சினைகளைச் சந்திக்கும் பலம்

5 தொடர்ந்த தொலை நோக்குப் பார்வை

இவை உங்களுக்கு இருக்கிறதா?

வெற்றி பெறும் ஒரு தொழிலதிபருக்கான அம்சங்கள் உங்களுக்கு இருக்கின்றன என்றும், நிச்சயமாகத் தொழில்தான் செய்வது என்றும் நீங்கள் முடிவு செய்யும் முன், அதற்கான தகுதிகள் உங்களுக்கு இருக்கிறதா என்று நீங்களே உங்களை சோதித்துப் பார்த்துக் கொள்ள வேண்டும்.

இதை அறிவியல் ரீதியாக, உளவியல் ரீதியாகச் செய்ய, உலகின் பல நாடுகளிலிருக்கும் பயிற்சி நிறுவனங்கள் தொடர்ந்து பல வழிகளில்

முயற்சிக்கின்றன. அவற்றில் பலரால் ஏற்றுக் கொள்ளப்பட்ட சில வழிகளை நாமும் இப்போது முயற்சிக்கப் போகிறோம்.

அதன் முதல் படியாகச் செய்ய வேண்டியவை,

1) இந்தத் புத்தகத்தை கவனமாக, இது நம் வாழ்க்கைக்கு உதவப்போகும் விஷயம் என்ற நம்பிக்கையுடன் படிக்க நேரம் ஒதுக்க வேண்டும்

2) இன்றிலிருந்து தினசரிஉங்கள் தொழில் கனவுகளை/ எண்ணங்களை ஒரு சிறிய நோட்டில் குறித்துக்கொண்டே வர வேண்டும்.

இந்தக் குறிப்புப் புத்தகம் நீங்கள் தொழிலைத் துவக்கிய பின்னரும் உங்களுடன் இருக்கப்

போகும் மிக முக்கிய ஆவணம். இந்த நோட்டுப் புத்தகம் 6X4 என்ற அளவில் உறுதியான அட்டையுடன் கூடிய பைண்ட் செய்யப்பட்ட வரிகள் இடப்பட்ட பக்கங்களுடன் கூடிய நோட்டுப்புத்தகமாக 50 பக்கங்களுக்குக் குறையாமல் இருக்க வேண்டும்.

வடிவம், பக்கங்கள் இதெல்லாம் முக்கியமா எனக் கேட்கிறீர்களா? ஆம். அவசியம் எப்போதும் எளிதில் எடுத்துச்செல்ல, உங்கள் உடன் வைத்திருக்க வசதியாக இருக்கும் இந்தக் குறிப்புப் புத்தகத்திற்கு ஒரு பெயரையும் வைத்துக் கொள்ளுங்கள்.

இந்தப் புத்தகத்தில் இதன் பெயர் "**நண்பன்.**"

ஒவ்வொரு அத்தியாயத்தின் இறுதியிலும் இந்தப் புத்தகத்தின் அதில் எழுதத்

தேர்ந்தெடுத்திருப்பதை கவனியுங்கள். அதைப் போல் நீங்கள் விரும்பும் ஒரு பெயரைச் சூட்டிய குறிப்பு புத்தகத்தில் நீங்களும் எழுதத் துவங்குகள்.

3) குறிப்புகள் சில வாக்கியங்களில் எளிமையாக-தேதியிட்டு, ‘இன்று எனது நிறுவனத்திற்கு பெயரை நிச்சயித்தேன்’ என்ற ரீதியில் எழுதிக் குறித்து வர வேண்டும். மிக முக்கியமான விஷயம், நேர்மையாக உண்மையானதை மட்டுமே எழுத வேண்டும். இதை மற்றவர்களுக்குக் காட்ட வேண்டிய அவசியமில்லை.

இந்த நண்பனில் எழுதத் துவங்கியதின் மூலம், உங்கள் தொழில் துவக்கும் பணியின் முதல் கட்டத்தைத் துவக்கிவிட்டிருக்கிறீர்கள்.

நீங்கள் ஒரு தொழிலை அல்லது வியாபாரத்தை துவக்குவதற்கு முன்னால் நீங்கள் பதில் சொல்லவேண்டிய முக்கியமான கேள்வி, உங்களை உங்களுக்குத் தெரியுமா?

இதென்ன அபத்தமான கேள்வி என்று எண்ணுகிறீர்களா?

நீ உன்னையறிந்தால்…'' பாடலை நினைவு படுத்திக் கொள்ளுங்கள். இந்த உலகில் போராட மட்டுமில்லை, வெற்றிகரமாக ஒரு தொழிலைத் துவக்கவும் நீங்கள் உங்களைப் பற்றியே நன்கு அறிந்திருக்க வேண்டியது அவசியம். தன் நண்பர்களின், ஆசிரியர்களின்,உயர் அதிகாரிகளின், பெற்றோரின் பலங்களையும் பலவீனங்களையும் அறிந்திருக்கும் பலருக்குத் தெரியாத விஷயம் தன்னுடைய பலமும், பலவீனமும்தான்

.அதை, தான் தெரிந்துகொள்ளவே இல்லை. தெரிந்துகொள்ள முயற்சித்ததும் இல்லை என்பதுகூட அவர்களுக்குத் தெரியாது. வாரத்தில் இரண்டு நாட்கள் பணியில் சேர வருபவர்களைத் தேர்ந்தெடுக்க நேர்முகம் செய்யும் ஒரு மனித வள அதிகாரி, நேர்முகத் தேர்வுக்கு வருபவர்கள் பலரும் சரியாகப் பதில் சொல்லாமலிருக்கும் ஒரு கேள்வி,

உங்கள் பலம்/பலவீனம்பற்றிச் சொல்லமுடியுமா? என்பதுதான் என்கிறார்.

இந்தக் கேள்விக்கு நீங்கள் அளிக்கும் பதில்தான்.உங்களுக்குத் தொழில் செய்யும் தகுதிகள் இருக்கிறதா என்பதைச் சோதித்துப் பார்த்துக்கொள்ள உதவப் போகிறது. கவனியுங்கள், பதில்கள்மூலம் அந்தச்

சோதனைக்கு உங்களை உட்படுத்திக்கொள்ள முடியுமா என்பதைத்தான் அறிய முடியுமே தவிர, உங்கள் தொழில் செய்யும் தகுதிகளை இந்தப் பதில்கள் மட்டும் தீர்மானிக்காது.

இந்தப்பதில்களின் அடிப்படையில் அடுத்த கட்டமாகத்தான் நீங்கள் உங்கள் தகுதிகளைச் சோதித்து தெரிந்துகொள்ளப் போகிறீர்கள். உங்கள் பலங்கள் என்று நீங்கள் கருதுவதில் 10 ஐ ஒரு தாளில் பட்டியலிடுங்கள். இங்கு பலம் என்று சொல்லப்படுவது, உங்கள் மனதில் நீங்கள் நினைப்பது மட்டுமே.
மற்றவர்கள் உங்களைப் பற்றிச் சொல்பவை இல்லை. ஒரே நாளில் சிலரால் இதைச் செய்ய முடியாது. ஆழ்ந்து சிந்தியுங்கள். நேரம்

எடுத்துக்கொண்டு நன்றாக யோசித்து, எழுதுவதை நேர்மையாக எழுதுங்கள்

.

1) நிறையநண்பர்கள்

2) வேகமாகக் கணக்கிடமுடியும்

3) சொல்லப்படும் விஷயத்தை எளிதில் புரிந்துகொள்ள முடியும்

4) முடிவுகளில் தீர்மானமாக இருப்பவர்

இப்படிப்பட்ட உங்களின் குணாதிசயங்கள் பலங்கள். பட்டியல் பெரிதாக இருக்க வேண்டும் என்பதற்காக எல்லாவற்றையும் எழுதாதீர்கள். நாம் இப்போது பேசிக்கொண்டிருப்பது உங்கள் வாழ்க்கையின் வெற்றியைத் தீர்மானிக்கப்போகும் ஒரு விஷயத்தை என்பதை மனதில் நிறுத்தி நேர்மையாக எழுதுங்கள்.

அதே தாளில் அடுத்த கட்டமாக

உங்கள் பலவீனங்களைப் பட்டியல் இடுங்கள்.

1)வேகமாக ஆங்கிலத்தில் பேச முடியாது

2) பிறரால் சொல்லப்படும் விஷயத்தை மறுக்கத் தயக்கம்

3)எளிதில்உணர்ச்சிவசப்படுவேன்

4) முகங்களையும் பெயர்களையும் மறந்துவிடுவேன்.

5) என் பிரச்சனைகள் உடன் இருப்போரையும் பாதிக்கும்

போன்ற இப்படிப்பட்ட விஷயங்களைப் பலவீனமாகப் பட்டியல் இடுங்கள். இங்கு கவனிக்க வேண்டிய ஒரு முக்கியமான விஷயம், இந்தப் பட்டியல் எல்லோருக்கும் ஒரேமாதிரியாக அமையாது.

உங்களுடைய பலம், மற்றவர் பார்வையில் பலவீனமாக இருக்கலாம். அதேபோல் நீங்கள் பலவீனமாகக் கருதும் விஷயம், மற்றொருவருடைய பலமாகக்கூட இருக்கலாம்

.

இந்தக் கட்டுரையின் துவக்கத்தில் சொல்லப் பட்டிருக்கும் சொந்தத் தொழில் செய்து வென்றவர்களின் தங்க விதிகளைப் பின்பற்ற,

இப்போது நீங்கள் உங்களுடைய பலங்களாகப் பட்டியலிட்டிருக்கும் விஷயங்களில் குறைந்தபட்சம் 5 வது உதவுமா? அப்படியானால், உங்களால் சொந்தமாகத் தொழில் செய்து வெற்றி அடைய முடியுமா ?

என்ற சோதனையை நீங்களாகவே செய்து பார்த்துக்கொள்ள முடியும். அதை எப்படிச்

செய்வது? என்பதை அடுத்த அத்தியாத்தில் அறிந்துகொள்வோம்.

இன்று நண்பனில்
எழுதவேண்டியது

தொழில் துவக்க ஆர்வம் மட்டும் போதாது, அறிவியல் ரீதியாக நமக்கு அதற்குள்ள தகுதிகளைச் சோதித்து அறிந்துகொள்ள வழிகள் இருப்பதைத்தெரிந்துகொண்டேன் ...

****

2 சொந்தத் தொழில் செய்யும் தகுதி எனக்கு இருக்கிறதா?



பெரிய அளவில் ஒரு தொழிலையோ, வியாபாரத்தையோத் துவக்கி வெற்றி பெற வேண்டும் என்பது பலரது கனவாகவும் ஆர்வமாகவும் இருக்கிறது. இம்மாதிரி கனவுகளுடன் துவங்கி இன்று மிகப்பெரிய அளவில் வளர்ந்திருக்கும் சாதனையாளர்களைப் பற்றிப் படிக்கும்போதெல்லாம் அவர்களுடைய ஆர்வம் இன்னும் அதிகமாகிறது. ஆனால் கூடவே தவறாமல் எழும் எண்ணம், என்னால் இது முடியுமா என்ற கேள்வி.

வெற்றி பெற்றவர்களுக்குத் தெரிந்திருக்கும் அந்த மந்திரத்தை யாராவது நமக்குச் சொல்லுவார்களா? அப்படியே அதைத் தெரிந்துகொண்டாலும் அது எனக்குப் பலனளிக்குமா போன்ற தொடர் கேள்விகளினால் எழும் அச்சம், ஆர்வத்தை அணை போட்டு விடுகிறது. என்னால் இது

முடியுமா என்ற சந்தேகத்திற்கும் என்னால் இது முடியும் என்ற நம்பிக்கைக்கும் இடையில் உள்ளமெல்லிய இடைவெளிதான் வியாபாரத்தில், தொழிலில் வெற்றியைத் தீர்மானிக்கும் சக்தி. இந்த இடைவெளியின் கனத்தை சொந்தத் தொழில் செய்யும் தகுதி இருப்பவர்கள் தான் நன்கு அறிந்துகொள்ள முடியும். உங்களுக்கு அந்தத் தகுதி' இருக்கிறதா? இந்தக் கேள்விக்குப் பளிச்சென்று பதில் சொல்லும் சிலரும் இருக்கிறார்கள். பலர் தகுதி என்று எதை சொல்லுகிறீர்கள் என்று புரியவில்லை என்கிறார்கள். ஆர்வமும் முதலீடும் மட்டும் ஒரு தொழிலைத் துவக்கத் தேவையான தகுதிகள் இல்லை. சொந்தத் தொழிலில் வெற்றிக் கதைகளை அலசினால் பலர் மிகச்சிறு வயதில் இருந்தே அந்தக் கனவுடன் வளர்ந்திருக்கிறார்கள்.

ஆழ்மனதில் ஒரு அழியாபிம்பமாக அவர்கள் நிறுவனம் இருந்திருக்கிறது. பல நாட்கள் பல மணிநேரங்கள் அதைப் பற்றியே சிந்தித்திருக்கிறார்கள். இவை பேராசைக் கனவுகள் இல்லை. விழித்திருக்கும்போது எண்ணங்களை காட்சிகளாகக் கண் முன்னே உருவகப்படுத்திப் பார்க்கும் அப்துல் கலாம் சொல்லும் கனவுகள். நீங்கள் தொழில் செய்ய விரும்பினால் முதல் கட்டமாக இது இருக்க வேண்டும். சிறு வயதில் எனக்கு அப்படியெல்லாம் இல்லை. இப்போது வயது ஆகிவிட்டது. என்னால் முடியாதா என்று கேட்கிறீர்களா? முடியும். இன்று முதல் இதைப் படித்துக் கொண்டிருக்கும் வினாடியிலிருந்தே அதைச் செய்யத் துவங்குங்கள். குறைந்த பட்சம் ஓராண்டாவது உங்கள் சொந்தத் தொழில் சிந்தனை உங்கள்

ஆழ்மனதில் பதிந்த ஒரு விஷயமாகயிருக்க வேண்டும். இந்த எண்ணங்கள் தெளிவாக இருக்க வேண்டும். தோன்றும் எண்ணங்களை மாற்றிக்கொள்வதில் தவறில்லை. ஆனால் தினமும் ஒரு புதிய பிஸினஸை கனவு கண்டிருக்கக் கூடாது. உறுதியாக, தெளிவாக சிந்திக்க பழகிக்கொள்ள வேண்டும். மனதில் உறுதியுடன் சிந்தித்தவர்கள்தான் ஜெயித்திருக்கிறார்கள். இதை லட்சியம், குறிக்கோள், டார்கெட், கோல் என உங்களுக்குப் பிடித்த பெயரில் நினைவில் கொள்ளுங்கள். நீங்கள் வீட்டில் அதிக நேரம் செலவிடும் அறையில் அல்லது இடத்தில் உங்களுக்கு மட்டும் புரியும் வகையில் ஒரு போஸ்டராகக்கூட அமைத்துக்கொள்ளலாம்.

ஒரு பள்ளிச் சிறுவன் தன் அறையில் ஒரு விலையுயர்ந்த காரின் போஸ்டரை வைத்திருந்தான். இதைக் கல்லூரி, முடித்து வேலைக்குப் போன பின்னரும் வைத்திருந்தான். கேட்பவர்களுக்குப் புன்னகைதான் பதில் வேலைகள் மாறி, நிர்வாகயியல் படிப்பு முடித்து அமெரிக்காவில் பணியாற்றும் வாய்ப்பு அந்த இளைஞனுக்கு கிடைத்தது. அங்கு அவனைக் காணச் சென்ற பெற்றோர் அவன் அந்தக் காரையே வாங்கியிருந்தது கண்டு வியந்து போனார்கள். சிறுவனாக இருந்த போது அவன் கண்ட கனவு இளைஞனான பின் கனிந்திருக்கிறது. அதுவரை அது அவன் ஆழ்மனதில் விதையாக விழுந்த விஷயம் விருட்சமாக வளர்ந்திருக்கிறது. இதைப் போலத்தான் உங்கள் தொழில் துவக்கும் கனவும் வளர வேண்டும். ஏதாவது

ஒரு பிஸினஸ் செய்யலாமென இருக்கிறேன் என்று சொல்லுகிறவர், விரைவில் ஒரு நல்ல பிஸினை ஆரம்பிக்க இருக்கிறேன் என்று சொல்லுகிறவர் இவர்களில் நீங்கள் எந்த வகையில் சேரப் போகிறீர்கள்?

லட்சியத்தை அடைய உறுதிக்கு அடுத்தபடியான விஷயம், அதை அடைவதற்கான அறிவு. இதைத் தேடிப் பெற வேண்டும். அறிவு என்பது இங்கு கல்வித் தகுதியைப் பற்றியது இல்லை. கல்வித் தகுதி அவசியம். இன்றைய சூழலில் நிச்சயம் மிக அவசியம். நீங்கள் மெடல் மாணவராக, முதல்வகுப்பு தேறியவராக இருக்க வேண்டிய அவசியமில்லை. ஆனால் கல்வித் தகுதி அவசியம். அடைவதற்கான அறிவு என்று சொல்லப்படுவது நீங்கள் செய்யப்போகும்

தொழில் பற்றியது.

அதில் மற்றவர்களைவிட உங்களுக்கு என்ன அதிகமாகத் தெரியும். அதைச் செய்து கொண்டிருப்பவர்கள் வெற்றி பெற்றவர்கள், தோற்றவர்கள் பற்றிய தகவல்களில் அப்டேட் ஆக இருக்க வேண்டும்

இது எளிதல்ல. ஆனாலும் அவசியம். தினசரி செய்யவேண்டிய சின்னச்சின்ன பணிகளைக்கூட திட்டமிட்டு, கச்சிதமாகச் செயலாற்றுவதை ஒரு கலையாகவே பயின்று தனிநபர்களாகவும், தொழில்களிலும் ஜெயித்திருக்கிறார்கள். இந்தப் பயிற்சிகளைத் தொழிலைத் துவக்கும் முன்னரே பழகிக்கொள்ள வேண்டும். திட்டமிடல் என்பது அதைச் செயலாற்றுவதை விட எளிது. அதனால் திட்டங்களைச் செயலாக்கும்

போது கிடைத்த அனுபவங்களின் அடிப்படையில் நீங்கள் அடுத்தமுறை சரியாக திட்டமிட வேண்டும். இப்போதே நீங்கள் மேற்கொள்ளும் பயிற்சி உங்கள் தொழில் வாழ்க்கையில் சிறப்பாகப் பயன்படும்.

சொந்தத் தொழில் துவக்கி வெற்றி பெறத்துடிப்பவர்களுக்கு அவசியமான மற்றொரு பண்பு, மனிதர்களைக் கையாளும் திறன். மற்றவர்கள் என்னைப் பற்றி என்ன நினைக்கிறார்கள் என்பதில் எனக்கு அக்கறையில்லை என்று சொல்லுபவரா நீங்கள்?

எண்ணத்தை மாற்றிக் கொள்ளுங்கள். தொழில், வியாபாரம் என்பது முழுக்க முழுக்க மற்றவர்களின் ஆதரவிலும் அவர்களால் உண்டாக்கப்படும் வாய்ப்புகளினாலும்

ஏற்பட்ட ஒரு விஷயம். எவருடனும் எளிதில் பழகும் திறன் சிலருக்கு இயல்பாக வருவது. ஆனால் இதைக் கற்றுக்கொள்வதோ பயிற்சிகள் செய்து வளர்த்துக் கொள்வதோ ஒன்றும் கடினமான காரியம் இல்லை. இன்றிலிருந்து துவக்குங்கள். நீங்கள் வசிக்கும் பகுதியில் உங்களை எத்தனை பேருக்குத் தெரியும்? அடுத்த மாதத்தின் இறுதிக்குள் 50 பேரை அறிமுகம் செய்துகொள்வேன் என முடிவு செய்து கொண்டு இன்று ஒரு புதியவருக்கு ஹலோவுடன் துவக்குங்கள். தொழிலில் நீங்கள் வாடிக்கையாளர்கள், தொழிலாளிகள், அதிகாரிகள், போட்டியாளர்கள் என்று பலரை பல கட்டங்களில் சந்திக்கப்போகிறீர்கள். அப்போது அதை தயக்கம் இல்லாமல் நீங்கள் செய்ய இந்தப் பயிற்சிகள் மிகவும் உதவும். உங்களுக்காக உதவி செய்பவர்கள் கூட

நீங்கள் தயக்கம் இல்லாமல் கேட்டால்தான் செய்வார்கள் என்பதை மறந்து விடாதீர்கள்.

. நாம் தொழில் துவக்குவது வெற்றி பெறத்தான். ஆனால் எந்தத் தொழிலிலும் எவரும் நான் ஜெயித்துக் கொண்டே இருந்தேன், தோற்றது கிடையாது என்று சொன்னதில்லை. வியாபாரம் என்பது தனிநபரின் திறன் கண்டறியும் நிர்ணயித்த நேரத்திற்குள் நடக்கும் ஒரு ஒட்டப்பந்தயம் இல்லை. பலரை, பல விஷயங்களை, நமது கட்டுப்பாட்டில் இல்லாத பல்வேறு விஷயங்களைப் பொறுத்தது. பின் எப்படி வெற்றியாளார்கள் உருவாகிறார்கள்? தோல்விகளை எதிர்கொள்ளும் சக்தியும் அவைகளைப் பாடங்களாகக் கற்று, தொடர்ந்து பயணிக்கும் துணிவு கொண்டவர்களாக அவர்கள் இருந்திருக்கிறார்கள். இதிலிருந்து

தொழிலில் வெற்றி பெற துணை நிற்கும் மற்றொரு சக்தி, தோல்விகளைச ந்திக்கவும் தயாராகயிருக்க வேண்டிய மனநிலை என்பது தெரிகிறது. தனிமனித குணாதிசயங்களில் ஒன்றான இதுவும் சிலருக்கு குழந்தைப் பருவத்திலிருந்தே இருப்பதைப் பார்க்கிறோம்.

இந்த ஆற்றலைப் பெறுவதற்கு முன்னால் அதைப் பற்றிய தெளிவான புரிதல் அவசியம். எனவே, இது தொடர்பாகப்
படிக்க ஆரம்பியுங்கள். பல மனவளப் பயிற்சிமுறைகள் கற்பிக்கப்படுகின்றன. அவசியமானால் அவைகளில் ஒன்றில் சேர்ந்து உங்களைத் தயார் செய்து கொள்ளலாம். நீங்கள் இப்போது துவக்கும் தொழில் அல்லது வியாபாரம் உங்கள் வாழ்நாள் முழுவதும் உங்களுடன் வளரப்போகும் ஒரு விஷயம்

என்பதில் அசைக்க முடியாத நம்பிக்கை கொண்டு பயணத்தைத் துவக்குங்கள்.

அடுத்த ஆண்டு எங்கே இருப்போம், அடுத்த 3 ஆண்டுகளில் எங்கே போகப் போகிறோம் என்பதையும் சிந்தித்துக்கொண்டே இருங்கள். இப்போதே அதெல்லாம் ஏன். முதலில் வளர்வோம், பின் யோசிப்போமே என்பவர்கள் சிந்திக்க வேண்டிய ஒரு விஷயம். ஒரு நிறுவனத்தின் வளர்ச்சி என்பது வாய்ப்புகள் இருக்கும்போதே செய்யப்பட வேண்டியது. வாய்ப்புகளைக் கண்டுபிடித்து வளரவேண்டிய சூழலில் இன்றைய உலகம் இயங்குகிறது.

இன்றைய வர்த்தக உலகை, 'ஒவ்வொருவரும் தாங்கள் இருக்கும் இடத்தை இழந்து விடாமல் இருப்பதற்காகவே தொடர்ந்து ஒடிக்கொண்டிருக்கிறார்கள் என்று வர்ணிக்கிறார்கள். நீங்கள் களத்தில் இறங்கியபின்னர் பாதி வழியில் நின்று யோசிக்க முடியாது.

எல்லாம் புரிகிறது நண்பரே, ஆனால் இந்தப்பண்புகளும் தன்மைகளும் எனக்குள் இருப்பதை அல்லது குறைவாக இருப்பதை எப்படி என்னால் தெரிந்து கொள்ள முடியும் என்கிறீர்களா?

எதிர்ப்பக்கத்தில் உள்ள கேள்வித்தாளில் இருக்கும் வினாக்களுக்கு நேர்மையாக விடையளித்தால் தெரிந்து கொள்ளலாம். முயற்சித்துப் பாருங்களேன்.

1)உங்கள் வாழ்க்கையில் நீங்கள் அடையவேண்டிய இ
தீர்மானித்திருக்கிறீர்களா**?**

A இதுவரை இல்லை	B ஆம்	C)இப்போ

2)இலக்கை அடைய நீங்கள் எடுத்த முயற்சிகளின் வி

A இல்லை	B ஓரளவு	C முழுமை

4) உங்களை சுற்றியுள்ள மனிதர்களின் இயல்புகளை

A அவசியமில்லை	B தேவையானபோது முயற்சிப்பேன்	C ஆம்

5) குடும்ப உறவுகளை மதிப்பவரா? அவர்களுடன் கருத்து

A எல்லாவிஷயங்களிலும் இல்லை	B ஆம்	C உறவு வெற்றி

6) திட்டமிட்ட பணிகளில் தவறுகள் நேர்ந்ததை அறிந்தா

A கோபம் அடைவேன்	B சுயபரிசோதனை செய்வேன்	C விளை நிறுத்தபு

7) சவாலாக பணிகளில் முக்கிய கட்டத்தில் தடைகள் செய்வீர்கள்?

A உடைந்துபோவேன்	B சவலாக ஏற்பேன்	C அ பயன்

1) உங்கள் வாழ்க்கையில் நீங்கள் அடையவேண்டிய இலக்கு என எதையாவது தீர்மானித்திருக்கிறீர்களா?

அ.) இதுவரை இல்லை ஆ)ஆம் இ).இப்போது செய்யப்போகிறேன் ஈ.) ஒன்றுக்கும் மேற்பட்ட இலக்கு

2) இலக்கை அடைய நீங்கள் எடுத்த முயற்சிகளின் விளைவுகள நீங்கள் உணர்கிறீர்களா?

அ.)இல்லை ஆ)ஓரளவு இ).முழுமையாக ஈ)சரியாகச் சொல்ல முடியவில்லை

3) உங்களால் எந்தவொரு செயலையும் தவறே இல்லாமல் நேரத்திற்குள் செய்ய முடியுமா?

அ). இனி முயற்சிப்பேன் ஆ) ஆம்

இ) சிறப்பைவிட நேரம் முக்கியம்

ஈ). சிலவற்றை சிறப்பாகச் செய்வேன்

4) உங்களைச் சுற்றியுள்ள மனிதர்களின் இயல்புகளைப் புரிந்துகொள்ள முயற்சி செய்பவரா?

அ) அவசியமில்லை ஆ) தேவையானபோது முயற்சிப்பேன் இ). ஆம்

ஈ). அவர்கள் என்னைப் புரிந்து கொள்ளட்டுமே

5) குடும்ப உறவுகளை மதிப்பவரா? அவர்களுடன் கருத்துப் பரிமாற்றம் செய்பவரா?

அ).எல்லா விஷயங்களிலும் இல்லை ஆ).ஆம்   இ).உறவுகளைவிட வெற்றி முக்கியமானது ஈ).மதிப்பு உண்டு கருத்து கேட்பதில்லை

6) திட்டமிட்ட பணிகளில் தவறுகள் நேர்ந்ததை அறிந்தால் உடனே என்ன செய்வீர்கள்?

அ.)கோபம் அடைவேன்.ஆ)சுய பரிசோதனை செய்வேன்.இ).விளைவுகளை நிறுத்த முயற்சிபேன் ஈ.)காரணத்தைக் கண்டுபிடிப்பேன்

7) சவாலான பணிகளில் முக்கிய கட்டத்தில்

தடைகள் ஏற்படும்போது அதை வெல்வதற்கு என்ன செய்வீர்கள்?

அ).உடைந்து போவேன்.ஆ)சவாலாக ஏற்பேன்இ)அறிந்த மாற்றுவழிகளை பயன்படுத்துவேன் ஈ).ஏற்பட்டிருக்கும் தடைகளைப் பொருத்தது

8) உங்கள் வாழ்க்கையில் அடுத்த 5 அல்லது 10 ஆண்டுகளில் இருக்கப்போகும் கட்டத்தைப் பற்றி இப்போது சிந்திப்பதுண்டா?

அ)நான் கனவுகளில் வாழ்பவனில்லை ஆ).அடுத்த 2 ஆண்டுகளுக்கு சொல்ல முடியும் இ)இனிதான் யோசிக்க வேண்டும் ஈ.)நிறைய யோசித்து இருக்கிறேன்

9) அடுத்த ஆண்டு ஏப்ரல் மாத இறுதியில் உங்கள் வருமானம் எவ்வளவு இருக்கும் என சரியாகச் சொல்ல முடியுமா?

அ.)முடியாது ஆ)எதிர்பாராத செலவுகள் தெரிந்தால்தான் முடியும் இ).வருமானம் மாதங்களில் வேறுபடுவதால் முடியாது ஈ) மிகச்சரியாகச் சொல்ல முடியாது. ஆனால் ஓரளவு முடியும்

10)உங்கள் வளர்ச்சியை உங்கள் சமகாலத்தவரோடு ஒப்பிட்டுப் பார்த்துக்கொள்ள வேண்டியது அவசியம் எனக் கருதுகிறீர்களா?

அ). இல்லை ஆ)அவசியம்

இ).சிலவிஷயங்களில் மட்டும் ஈ). ஒப்பிடுவது தவறு

உங்கள் பலம், பலவீனம், சொந்தத் தொழில் செய்யும் தகுதிகளை அறிந்துகொண்ட உங்களின் அடுத்த கேள்வி தொழிலை எப்படி, எங்கே துவக்குவது என்பதுதானே?

அதைத்தான் தொடர்ந்து பேசப்போகிறோம்

இன்று நண்பனில் எழுதவேண்டியது! :
சொந்தத் தொழில் துவக்க எனக்குத் தகுதிகள் இருப்பதை ஒரு டெஸ்ட் மூலம்

அறிந்தேன். அடுத்த வேலைகளை நாளை முதல் ஆரம்பிக்க வேண்டும்.

3 என்ன தொழில் என்று தீர்மானிப்பது எப்படி?



வெற்றி பெறும் ஒரு தொழிலதிபருக்கான அம்சங்கள் உங்களுக்கு இடு இருக்கிறது என்பதால், நிச்சயமாகச் சொந்தத் தொழில்தான் செய்வது என்றும் நீங்கள் முடிவு செய்து இருக்கிறீர்கள். இப்போது உங்களுக்குச் சிறந்த தொழில் எதுவென்றும், அந்தத் தொழிலை எந்த இடத்தில் அமைப்பது என்பதையும் முடிவு செய்ய வேண்டும். எந்தத் தொழில் என்று கேட்கப்படுவதை நீங்கள் செய்யப்போவது வியாபாரமா? உற்பத்தித் தொழிலா என்று புரிந்துகொள்ள வேண்டும். இதுபற்றிய சிந்தனை இதுவரை இல்லாதிருந்தால், இந்தக் கணத்திலிருந்து துவக்குங்கள். இதைத் தெளிவாக முடிவு செய்தால்தான் அடுத்த கட்டத்திற்குப் போக முடியும். ஒரு சின்ன லேத் அல்லது.துணிக்கடை என்று சொல்லிக் கொண்டிருப்பவர்களால்

ஜெயிக்க முடியாது. தங்களுக்கென்று ஒரு சொந்தத் தொழில் என்ற தணியாத தாகம் இருப்பவர்கள் பலர், தாங்கள் நினைத்திருக்கும் தொழிலை மனதில் காதலித்துக் கொண்டிருப்பவர்கள் இவற்றைப் பற்றியும் சிந்தித்தே இருப்பார்கள். நீங்கள் இதுவரை அதைச் செய்யாதவராக இருந்தால், என்ன தொழில் என்பதை முடிவு செய்ய 3 அடிப்படைக் கேள்விகளுக்கு உங்களிடம் தெளிவான பதில் இருக்க வேண்டும்.

1. நான் தேர்ந்தெடுக்கும் தொழில், என் கல்விப் பின்னணி அல்லது என் தொழில் அனுபவம் சம்பந்தப்பட்டதா?
2. நான் செய்யப்போகும் தொழில் அல்லது வியாபாரம் சம்பந்தமாகவும் அதைச்

செய்யப்போகும் இடம்பற்றி எனக்குத் தெரியுமா?

3. முதலாம் ஆண்டில் குறைந்தது உங்கள் சொந்தப்பணம் மற்றும் ஒரு பண ஓட்டத்தைத் தக்கவைக்கப் போதுமான அளவு முதலீடு செய்ய மூலதனம் என்னிடம் இருக்கிறதா?

நமக்கு அந்தத் தொழில் தெரியாவிட்டால் என்ன, ஆட்களை வைத்துச் சமாளிக்கலாம். இருக்கும் மூலதனத்தில் ஆரம்பிக்கலாம், சற்று வளர்ந்தபின் கடன் வாங்கி சமாளிக்கலாம் என்றெல்லாம் கணக்குப் போடாதீர்கள். இவை தன்னம்பிக்கை இல்லை, தவறான பாதைக்கு இட்டுச் செல்லும் நம்பிக்கைகள். என்ன தொழில் செய்வது என்பதைப் பற்றிய முடிவு எடுப்பதற்கு முன் நிறைய

ஆலோசியுங்கள். உற்பத்தியா, வியாபாரமா வேறுமாதிரியா என்பதை முடிவு செய்த பின்னர் அதைப் பற்றி நண்பர்களிடம் குடும்பத்தினரிடம் பேசுங்கள். நீங்கள்தான் உங்கள் குடும்பத்தில் முதன்முதலாகப் பிசினஸில் இறங்கப் போகிறீர்களா? எல்லாக் குடும்பங்களும் இத்தகைய முடிவை ஆதரிப்பதில்லை. அதிக ரிஸ்க் எடுக்காத குடும்பச் சூழ்நிலையிலிருந்து பிஸினஸ் செய்ய வரும் பலர்

சந்திக்கும் பிரச்சனை இது. அதுவும் குடும்பத்தில் தந்தைக்குப் பின் யாராவது வேலைக்குப் போக ஆரம்பித்திருந்தால், அதே பணியைப்

பின்பற்றுவதைத்தான் விரும்புவார்கள். முதலில் அதை வெற்றிகரமாக சமாளிக்க வேண்டும். பெற்றோருக்கு, குடும்பத்தினருக்கு உங்கள்

கனவுகளை, முயற்சிகளை புரியவைக்க வேண்டும். கூடுமான வரை குடும்பத்தினரின் ஆதரவோடும் பெற்றோரின் ஆசியுடனும் துவக்குங்கள். இருக்கும் வேலையிலிருந்து விலகி, ஒரு தொழிலை ஆரம்பிக்கப் போகிறவரா நீங்கள்? நீங்கள் புரிந்துகொள்ள வேண்டிய ஒரு முக்கியமான விஷயம். குடும்பத்தினரின் ஆதரவு இல்லாமல் இதை நீங்கள் வெற்றிகரமாகச் செய்ய முடியாது. உங்கள் கனவை நோக்கிய பயணத்தில் நீங்கள் நேசிக்கும் சிலவற்றை நீங்கள் ஒரு வட்டத்திற்குள் கொண்டுவரப்போகிறீர்கள். அதாவது நீங்களே, உங்கள் வாழ்க்கையின் மையப்புள்ளியை நகர்த்துகிறீர்கள். குறிப்பிட்டவேலை நேரம், உங்கள் குடும்பத்தின் பிற மகிழ்ச்சியான நேரங்களை இழந்து ஒரு புதிய வாழ்க்கையை நீங்கள்

உருவாக்கிக்கொள்ளப்போகிறீர்கள். ஓர் ஊழியராக நீங்கள் உணராத மன அழுத்தங்களைச் சந்திக்க வேண்டியிருக்கும். இதற்கு உங்களை, உங்கள் குடும்பத்தினரை தயார் செய்த பின்னர் மற்ற முயற்சிகளில் இறங்குங்கள். நண்பர்கள், நலம் விரும்பிகளின் ஆலோசனை. அவசியம். அதே நேரத்தில் உலகில் இலவசமாகக் கிடைப்பதும் கொடுப்பதும் அட்வைஸ் ஒன்றுதான் என்பதை உணர்ந்தே இருங்கள். பெரிய மெஷின் லேத்தா? பொருளாதார மந்தத்தில் அவனவன் தொழிலை மூடிகொண்டிருக்கிறான், இப்ப ஏன்? பல்பொருள்கடையா? வால்மார்ட் வரப்போகிறது, ஜாக்கிரதை என்று எதிர்மறை எண்ணங்களை விதைப்பவர்களிடமிருந்து விலகியே இருங்கள். அதேநேரத்தில் நீதான் அடுத்த நாராயணமூர்த்தி என்று

சொல்பவர்களின் வார்த்தைகளில் மயங்கியும்
விடாதீர்கள். இவர்களைக்
காயப்படுத்தாமல் தவிர்க்கக்
கற்றுக்கொள்ளுங்கள். யார்
ஆலோசனைகளை கேட்க வேண்டும் என்று
மனதில் பட்டியலிட்டுக்
கொள்ளுங்கள். அவற்றைக்கவனமாகக் கேளுங்
கள். எனக்குச் சொந்தத் தொழில் தகுதிகள்,
திறன்கள் இருக்கின்றன. ஆனால், எங்கே என்ன
வாய்ப்புகள் இருக்கின்றன என்பது
தெரியவில்லை. யாராவது சொல்லுவார்களா
என்று கேட்பவர்கள் அதிகரித்து வருகிறார்கள்.
வாய்ப்புகள் தேடிவந்து உங்கள் வாசற்கதவைத்
தட்டாது. அதைத்தேடித்தான் நீங்கள் போக
வேண்டும் அல்லது உருவாக்கிக் கொள்ள
வேண்டும். உலகில் குறுந்தொழில், சிறுதொழில்
வாய்ப்புகள் அதிக அளவில் வளர்ந்து

கொண்டிருக்கும் நாடுகளில் இந்தியா முக்கிய இடத்திலிருப்பது உங்களுக்குத் தெரியுமா? கடந்த 10 ஆண்டுகளில் புதிய வாய்ப்புகள் உருவாகாத துறைகள் எதுவுமே இங்கு இல்லை. அதைக் கண்டுபிடித்துச் சொல்ல, அரசு, அரசு சாராத நிறுவனங்களும் இருக்கின்றன. வங்கிகள் பயிற்சிப் பட்டறைகள் நடத்துகின்றன. அவற்றை நீங்கள் கண்டுபிடித்து அறிந்து கொண்டு பயன்படுத்திக்கொள்ள வேண்டும். உங்கள்பகுதியில் ஒரு சிறிய தொழிலைத் துவக்க எளிதான வழி, உங்கள் பகுதியில் என்ன இல்லை என்பதை ஆராய்ந்து கண்டுபிடியுங்கள். அதை நீங்கள் செய்யக்கூடிய வாய்ப்புகளைப் பற்றி தீவிரமாகச் சிந்தியுங்கள். அந்த வசதி ஏன் நம் பகுதியில் இல்லை என்பதையும் உருவாக்கினால் ஏற்படும் சாதக பாதங்களையும் புரிந்து கொள்ளுங்கள். அது ஒரு ஜெராக்ஸ்

கடையிலிருந்து டிபார்ட்மெண்ட் ஸ்டோர் வரை எதுவுமாக இருக்கலாம். இல்லாத
ஒரு வசதியைத் தனக்குக்கிடைத்த வாய்ப்பாகப் புரிந்துகொண்டு செயல்பட்டவர்கள் எழுப்பிய அலைகளில் எழுந்தவைதான் இன்று நாம் அனுபவிக்கும் பலவசதிகள் என்பதை மறந்து விடாதீர்கள்.

புதிய ஒன்றின் மூலம் வாய்ப்பை உருவாக்கி வெற்றிகண்டவர்கள் இன்றும் தொடர்கிறார்கள். இம்மாதிரி முன்னோடிகள், அவர்களுக்கே உரிய சங்கடங்களையும் சந்தோஷங்களையும் சந்திப்பவர்கள். தென் சென்னையின் புறநகர்ப்பகுதியில் ஒரு பெண்மணி துவக்கியிருக்கும் ஒரு புதிய பிசினஸ், பலரை வியக்க வைத்திருக்கிறது. உங்கள் வீட்டுக்குக்

காலையில் பால் வரும் போதே இரு சிறிய பாக்கெட்டில் டிக்காஷன் வந்தால் எப்படியிருக்கும்? இதை இந்தப் பெண்மணி செய்கிறார். திடீர் காபியை விரும்பாத, தயாரித்த டிக்காஷன் காபியை விரும்பும் குடும்பங்கள்தான் அதிகம் என்பதை தன் வியாபாரத்திற்கான வாய்ப்பாகக் கருதி, பின்னிரவில் தயாரித்த டிக்காஷனை சிறிய சாஷேக்களில் நிரப்பி, காலையில் வீடுகளுக்கு அனுப்புகிறார். ஒரு கவரில் இரண்டு காபிக்குத் தேவையானது இருக்கும். இதை டெலிவரி செய்யப் பேப்பர்/பால் போடுபவர்களையே பயன்படுத்திக் கொள்கிறார். ஒரு சின்ன வருமானம் வருவதால், அவர்களும் சந்தோஷமாகச் செய்கிறார்கள். இந்தப் பிஸினஸ் வாய்ப்பைப் பற்றி நீங்கள் இதுவரை யோசித்திருக்கிறீர்களா?

வாய்ப்புகள் வாய்ப்பது இப்படித்தான்.

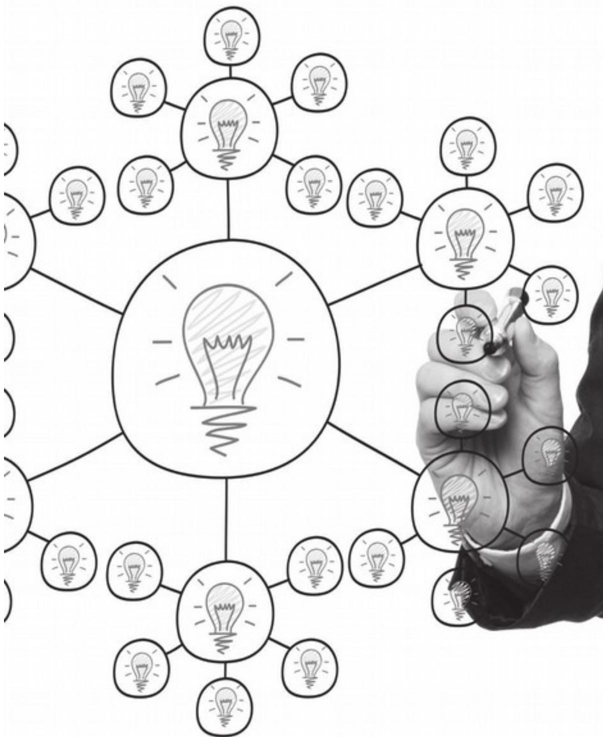
இதுபோல் மாற்றி யோசித்துப் பாருங்கள்.

நீங்கள் செய்யப் போகும் தொழில் என்ன என்பதை தீர்மானித்து விட்டீர்களா? என்ன பெயரில் செய்யப்போகிறீர்கள் என்ன பெயர் என்பதை எப்படி தீர்மானிப்பது?

இன்று நண்பனில்
எழுதவேண்டியது!

பிசினஸை தீர்மானித்தாகி விட்டது.
ஒரு பிசினஸ் பிளானை உருவாக்க
வேண்டும், அதை எப்படி செய்வது

என்பதைப் பற்றிய விவரங்களை சேகரிக்க வேண்டும்



நீங்கள் செய்யப்போவது உற்பத்தி சார்ந்த தொழிலா, சேவை சார்ந்த தொழிலா, மார்க்கெட் சார்ந்த விற்பனையா, ஒரு பெரிய நிறுவனத்தின் ஏஜென்சியா என்பதை முடிவு செய்தபின் செய்ய வேண்டிய முதல் மூன்று விஷயங்கள்.

1) நிறுவனத்தின் பெயர்
2) தொழிலின் இடம்
3) மூலதனம்.

ஒரு தனிமனிதனுடன் வாழ்நாள் முழுவதும் இருப்பது அவன் பெயர் மட்டும்தான். அது போல் தான். உங்கள் தொழில் அல்லது வியாபாரத்திற்கும். ஒரே ஒரு வித்தியாசம், தொழிலைத் துவக்கியவர்களின் ஆயுட்காலத்திற்குப் பின்னரும் அந்தப் பெயர் தொடர்கிறது. 100 ஆண்டுகளுக்கு முன் வைக்கப்பட்ட பெயர்களில் இன்றும் பிசினஸ் நடைபெறுவதை பார்த்திருப்பீர்களே? கடந்த 50 ஆண்டுகளில்

தமிழ்நாட்டில் துவக்கப்பட்ட பல நிறுவனங்கள் குடும்பப் பெயர்களாகவோ அல்லது தனிநபரின் பெயரிலோதான் துவக்கப் பட்டிருக்கின்றன.

ஆனால், இன்று பெயரிடும்போது
அல்லது பெயரைத் தேர்ந்தெடுக்கும்
போது பல விஷயங்களைக்
கவனித்து ஆலோசித்துச்
செய்யவேண்டிய சூழல் ஏற்பட்டிருக்கிறது.
நிறுவனத்திற்கு ஒருமுறை பெயரிட்டு விட்டால்
அதை மாற்றுவது என்பது கடினமான
பிரச்சினைகளை உருவாக்கும் செயலாகிவிடும்.
அதனால், மிக ஆழ்ந்து சிந்தித்து தேர்ந்தெடுத்து
சோதித்து பெயரிடுங்கள். இது மிக மிக
முக்கியம்.

குடும்பத்தில் குழந்தை பிறந்தவுடன் அதற்குப் பெயரிடுவதை விழாவாகச் செய்வது நம் மரபு. நண்பர்களும் குடும்பத்தினரும் அந்தச் சமயத்தில் பெயர்களைச் சொல்லுவதும் உண்டு. சில ஆண்டுகளுக்கு முன்வரை இந்த உரிமை

பல குடும்பங்களில் குடும்பத்தின் மூத்த உறுப்பினர்களிடம் இருந்தது.
இன்று மேல்நாடுகளைப் போல் குழந்தை பிறப்பதற்கு முன்னரே பெயர் அதன் பெற்றோர்களால் நீண்ட ஆலோசனைகள் செய்து நிச்சயிக்கப்பட்டு அன்று அறிவிக்கப்படுகிறது. வெளிநாடுகளில் பிறக்கப்போகும் குழந்தையின் பெயரை மருத்துவமனையில் பதிவுசெய்ய வேண்டும் என்பது கட்டாயம். இதைப் போல் நீங்களும் உங்கள் கனவு நிறுவனத்தின் பெயரை ஆழ்ந்த யோசனை, ஆலோசனைகளுக்குப் பின்னரே முடிவு செய்யுங்கள். இன்று இதற்காக ஆலோசனை நிறுவனங்கள் கூட இருக்கின்றன. நாடலாம், தவறில்லை. எண்கணிதம், ஜாதகம் போன்றவற்றை நம்புபவர்கள் அதையும் செய்யலாம், தவறில்லை. ஆனால், இப்போதைக்கு ஒரு பெயரை வைத்துக்கொள்ளலாம்,

பின்னர் மாற்றிக்கொள்ளலாமென அவசரமாக ஒரு பெயரை முடிவு செய்யாதீர்கள். இங்கு

பெயர் என்று நீங்கள் வைக்க விரும்புவது எதன் பெயர் என்பதில் தெளிவாக இருங்கள்.

நீங்கள் ஓர் உற்பத்தியாளராக தொழிலைத் துவக்கி ஒரு புராடக்டை செய்யப்போவதானால் அதற்கு ஒரு தனிப்பெயரும் உங்கள் நிறுவனத்திற்கு ஒரு பெயரும் அவசியம். இன்றைக்கு மிகவும் பாப்புலராக இருக்கும் ஒரு பொருளை வாங்கும்போது அதைத் தயாரிக்கும் நிறுவனத்தின் பெயரைக் கவனித்துப் பாருங்கள்.பெரும்பான்மையானவைகளில் அது வேறொன்றாகத்தான் இருக்கும். நீங்கள் பெயரிடப்போவது உங்கள் நிறுவனத்திற்காக அல்லது தயாரிக்கப்போகும் பொருளுக்கா? தீர்மானித்தபின் பெயர் தேர்ந்தெடுப்பதை சிந்தியுங்கள். உங்கள் பிசினஸின் பெயரே பிசினஸை கொண்டுவருவதாக இருக்க வேண்டும் (A business name that draws business in itself). தொழில் நிறுவனங்களுக்குப் பெயர் வைப்பது குறித்தும், இன்று மிக வெற்றிகரமாக இயங்கும் நிறுவனங்களின்

பெயர்கள் குறித்தும் நிறைய ஆராய்ச்சிகள் செய்யப்பட்டிருக்கின்றன. அவற்றின் பெரும்பான்மை முடிவுகள் பெயரிடுவதை தீர்மானிக்க இந்த 5 முக்கியமான விஷயங்களைச் சொல்லுகிறது. எளிதில் நினைவில் நிற்க வேண்டும்

உங்கள் நிறுவனத்தை அணுக விரும்புபவர்கள் எளிதில் நினைவில் வைத்திருக்கக் கூடியதாகப் பெயர் இருக்க வேண்டும்

அதுமட்டுமில்லை, அதன் ஆங்கில ஸ்பெல்லிங்கும் எளிதாக இருக்க வேண்டும். இது போன் டைரக்டரி, எல்லோ பேஜஸ்களில் தேட எளிதாக இருக்கும். கூகுல் சர்ச்சில் தேடுவதற்கு முதல் 4 எழுத்துக்களை டைப் செய்தால் போதும் என்ற நிலையில் இது இன்னும் அவசியமாகிறது. தேனமுதம்', 'எழிலகம்' போன்றவை எல்லாம்

கவித்துவமான பெயராகயிருக்கலாம். ஆனால், அதை ஆங்கிலத்தில் எழுதுவது கடினமான ஒரு விஷயம்.

பெயர், நிறுவனத்தை மனதில் காட்சியாகக் காட்டுமா?

நாம் எழுத்துக்களை, வார்த்தைகளைப் பார்க்கும்போது, படிக்கும்போது மனம் அதைக் காட்சியாக்கிப் பார்க்கிறது. இதனால்தான் பெரிய நிறுவனங்கள் அவற்றின்பெயரோடு புராடக்ட்களின் படங்களுடன் தொடர்ந்து விளம்பரங்கள் செய்து நம் மனதில் அதை நிறுத்த முயற்சிக்கிறார்கள். புதிய தொழிலின் துவக்க நிலையிலிருக்கும் நாம் அது போல் செய்ய முடியாது. மாறாக, எளிதாக அதைப் பெயரிலேயே தெரிவிக்கக்கூடிய பெயராக தேர்ந்தெடுக்க வேண்டும். ‘ஃபாஸ்ட் டிராக் என்ற பெயரைக் கவனித்திருக்கிறீர்களா? இது ஒரு வாடகை கார் நிறுவனம். டாக்ஸி என்ற

சொல்லைப் பயன்படுத்தாமல் தங்கள் வேகத்தின் திறமையைப் பெயரிலேயே சொல்லுகிறார்கள்.

பெயர், பார்ப்பவர்களைக் கவருமா என்பதை சிந்தியுங்கள்

டாடி அண்ட் மம்மி என்பது ஒரு கடையின் பெயர். இதை ஃபாதர் அண்ட் மதர் எனப் பெயரிட்டிருந்தால் அது எத்தனை பேரைக் கவர்ந்திருக்கும்? பார்க்கும்போதே என் குழந்தையின் நினைவு வந்தது எனச் சொல்லி இதற்கு வந்தவர்கள் அதிகம். பெண்களின் உள் ஆடைகள் விற்கும் நிறுவனத்தின் பெயர் மகளிர் மட்டும். ஒரு மருத்துவமனையின் பெயர் ‘கெட்வெல். ஒரு கார் சர்வீஸ் சென்டரின் பெயர் கார் கிளினிக். ஒரு துரித போட்டோ ஸ்டுடியோவிற்கு, ஸ்நாப்10 என்பது பெயர். 10 நிமிடங்களில் படம் என்பதை தெரிவிக்க, பெயருக்கு முன்னும் பின்னும் நேரங்களைக்

காட்டும் கடிகாரப் படங்கள். இவற்றைப் போல ஒரு பெயரை உருவாக்கச் சிந்தித்துப்பாருங்கள்.

பெயர், உங்கள் பிஸினசை சொல்ல வேண்டும்

நீங்கள் தேர்ந்தெடுக்கும் பெயர், நீங்கள் தேர்ந்தெடுத்திருக்கும் பிசினஸையும் சொல்ல வேண்டும். இன்போஸிஸ் என்ற பெயரைப் பாருங்கள்... அது அவர்கள் செய்யும் தொழிலைச் சொல்லுகிறது. பெயரைப் பார்த்தவர்கள் இது என்ன பிசினஸ் என்றோ அல்லது வேறொரு பிஸினஸுடனோ குழப்பிக் கொள்ளாதவாறு இருக்க வேண்டும். பிறந்த சிறுகுழந்தைகளின் அனைத்துத் தேவைக்களுக்காக ஒரு கடையைத் துவக்க ஆர்வமாகயிருந்த ஓர் இளம் பெண், தமிழை நேசிக்கும் குடும்பத்திலிருந்து வருபவர். பெயர் தமிழில் இருக்கவேண்டுமென விரும்பினார்.

அவர்தன் கடைக்குத் தேர்ந்தெடுத்திருந்த பெயர், புதிய பூ. குடும்ப நண்பர் சொன்னது: அழகாக இருக்கிறது, ஆனால் மாற்றுங்கள். இது பிறந்த குழந்தையைக் குறிக்கிறது என்பதை எல்லோராலும் புரிந்துகொள்ள முடியாது. மேலும் நீங்கள் பார்த்திருக்குமிடத்தில் மலர்க்கொத்துகள் விற்கும் ஒருகடை இருக்கிறது. அதன் போட்டிக் கடையென நினைத்துவிடுவார்கள். அவர் தந்த பெயர் ஆலோசனை, உங்கள் பாப்பாவிற்கு'.

சிறிய வார்த்தையில் எளிய பெயராக இருக்க வேண்டும்

இன்று பெரிய நிறுவனங்களெல்லாம் தங்கள் பெயர்களைச் சிறியதாக மாற்றிக் கொண்டிருக்கின்றன. அதற்குச் சிறிய பெயர்களைக்கொண்ட நிறுவனங்கள் வெற்றிகளைக் கண்டிருக்கின்றன என்பதும் ஒரு

காரணம். தமிழ்நாட்டில் நீண்ட காலத்திற்கு முன்பே டி.வி. சுந்தரம் அய்யங்கார் அண்ட் சன்ஸ், டிவிஎஸ் லிமிடெட் ஆனது. ஐபிஎம், எல்ஜி போன்ற நிறுவனங்களும் தங்கள் பெயர்களை சுருக்கிக் கொண்ட பின்னர் மிகப் பெரிய வெற்றிகளைக் குவித்துக் கொண்டிருக்கின்றன.நாம் துவக்கப்போவது சின்னப் பிஸினஸ்தானே, இதெல்லாம் எதற்கு என எண்ணாதீர்கள். இந்த நிறுவனங்கள் மிகச்சிறிய அளவில் எளிமையாகத் துவக்கப்பட்டவைதான். நாலு அல்லது ஆறு எழுத்துக்களில் பெயர் இருப்பது நல்லது என்ற ஆலோசனையை தருகிறார்கள் இந்தத்துறையின் விற்பன்னர்கள். என் பெயரையே வைத்துக்கொள்ளலாமா எனக் கேட்பவர்களும் இருக்கிறார்கள். இரண்டு தலைமுறைக்கும் மேலாகப் பலர் அறிந்த ஒரு குடும்பப் பெயராக இருந்தால், அதனால் உங்கள் தொழிலுக்கு அனுகூலம் உண்டு. அப்படி இல்லாமல் வெறும் விளம்பரத்திற்காக மட்டுமென்றால், தவிர்ப்பது நலம். எளிய,

பளிச்சென்று உங்கள் பிஸினஸை சொல்லும் ஒரு பெயரை யோசியுங்கள். எல்லா தொழிலிலும் இது முடியுமா எனத் தயங்காதீர்கள். முயற்சித்துப் பார்த்து அதன் அருகிலாவது வரமுடியுமா எனச் சிந்தியுங்கள்.

பெயரை தேர்ந்தெடுத்ததற்கு அடுத்த கட்டம், அதை வடிவமைப்பது. பெயருடன் ஒரு லோகோ என அழைக்கப்படும் ஓர் அடையாளம் அவசியமில்லை. என்றாலும் அப்படி இருப்பது நலம். உடனே காப்பிரைட் ரிஜிஸ்ட்ரேஷன் எனக் குழப்பிக்கொள்ளாதீர்கள். பெயர் வடிவமைப்பு என்பது எழுத்தின் வடிவம், அளவுகள், வண்ணம் என்பதுதான். வண்ணங்கள் மனிதமனத்துடன், உணர்ச்சிகளுடன் சம்பந்தப்பட்ட ஒரு விஷயம். அழுத்தமான சிவப்பு கலரில் எதாவது பிசினஸ் நிறுவனத்தின் பெயரைப் பலகையில் பார்த்திருக்கிறீர்களா? கோபத்தின், நெருப்பின் வண்ணமாக அறியப்பட்டிருக்கும் அதைப் பயன்படுத்த உலகெங்கும் தயங்குகிறார்கள். இதுபோல் ஒவ்வொரு

வண்ணத்திற்கும் ஒரு குணம், இயல்பு இருப்பதாக அறியப்பட்டிருக்கிறது. அதைப் படித்து அறிந்துகொள்ளுங்கள். பெரிய அளவில் ஆராய்ச்சியில் இறங்க வேண்டாம். நீங்கள் தேர்வுசெய்த வண்ணத்தின் தன்மைகளை மட்டுமாவது அறிந்துகொள்ளுங்கள். மனதில் நீங்கள் கற்பனை செய்து வைத்திருப்பதை வடிவமைத்து நண்பர்கள், குடும்பத்தினரிடம் காட்டி ஆலோசனை செய்யுங்கள். தேர்வு செய்யும்போதே மற்றொரு பெயரும் இதில் செய்யக்கூடிய மாற்றம் குறித்தும் யோசித்து வையுங்கள். பதிவு செய்யப்போகும்போது, நீங்கள் தேர்ந்தெடுத்த பெயர் ஏற்கெனவே பதிவாகியிருக்கலாம். இன்னொரு முக்கியமான விஷயம், ஏற்கனெவே நன்கு அறியப்பட்டிருக்கும் ஒரு பெயரை வைக்காதீர்கள். பின்னால், பிரச்சினைகளைச் சந்திக்க நேரலாம்.

இன்று நண்பனில் எழுதவேண்டியது!

நண்பர்களுடன் பேசி, பிசினஸுக்கு மூன்றுபெயர்கள் தேர்வு செய்திருக்கிறேன். அப்பாவுடனும், பேராசிரியருடனும் பேசி, ஒன்றை முடிவு செய்ய வேண்டும்

5 முதலில் உங்களை விற்றுக் கொள்ளுங்கள்



பெயரை முடிவு செய்தவுடன் நீங்கள் செய்யவேண்டிய அடுத்தமுதல் வேலை, அதை உடனே பயன்படுத்த ஆரம்பிக்க வேண்டும். பிஸினஸ் செய்ய வேண்டிய இடத்தையே இன்னும் முடிவு செய்யாதபோது, இது எதற்கு? எப்படி பயன்படுத்த முடியும் என யோசிக்கிறீர்களா? முடியும். நீங்கள் உங்கள் நிறுவனத்துடன் உங்கள் பெயரையும் கொண்ட பிஸினஸ் கார்டை தயார் செய்யுங்கள். மிகக் குறைந்த அளவில் பிஸினஸ் கார்டையும் லெட்டர்ஹெட்டையும் தயாரித்துக்கொள்ளுங்கள். டிசைனிங் செய்யச் செலவே இல்லாமல் அதை சில தளங்கள் வழங்குகின்றன. தேடிக் கண்டுபிடித்து அதைப் பயன்படுத்தி கொள்ளுங்கள். அதில் என்ன விலாசத்தைக் கொடுப்பது? உங்கள் வீட்டின் அல்லது எளிதாக உங்களைத்

தொடர்புகொள்ளக்கூடிய விலாசம், செல்போன், இ-மெயில் எல்லாம் அதில் இருக்க வேண்டும். இன்று இ-மெயில், பிஸினஸின் அத்தியாவசியம். பிஸினஸ் பெயரிலேயே ஒரு வெப்சைட் கூட ஏற்படுத்திக் கொள்வது நல்லது. இன்று கூகுள் போன்ற நிறுவனங்கள் இதை இலவசமாகவே தருகின்றன. நீங்களே எளிதாகச் செய்யலாம் அல்லது பல பள்ளி மாணவர்கள் இதை ஒரு புராஜக்ட்டாகவே செய்துகொண்டிருக்கிறார்கள். அவர்களிடம் தரலாம். எதுவுமே ஆரம்பிக்காத நிலையில் இது இதற்கு என்கிறீர்களா? பதிவு செய்துகொண்டு அதில் விரைவில், தளம் உருவாகிக் கொண்டிருக்கிறது' என்ற வகையில் செய்தியைப் போட்டுவிட்டு அந்தப் பெயரை விசிட்டிங் கார்டில் போட்டுக் கொள்ளலாம்.

பிசினஸின் இடம் போன்ற மற்ற விவரங்களைப் பின்னர் சேர்க்கலாம்.

இணையதளத்தின் மூலம் பிசினலை வளர்க்கவும், ஆன்லைன் மூலம் பிசினஸைச் செய்யவும் பின்னால் அறிந்துகொள்ளப் போகிறோம். ஒரு பிசினஸ் கார்டு (விசிட்டிங் கார்டு) உங்கள் அறிமுகத்தை எளிதாக்கும் சுலபமான ஒரு வழி. பிசினஸுக்காக ஓர் இடம் தேடும்போதும், மற்ற விஷயங்களுக்காகச் சந்திக்கும் நபர்களிடம் உங்கள் நிறுவனத்தின் பெயருடன் கூடிய பிசினஸ் கார்டை தருவதற்கும் அவரிடமே ஒரு பேப்பர் வாங்கி, உங்கள் போன் எண்ணை எழுதிக்கொடுப்பதற்கும் உள்ள வித்தியாசத்தை யோசித்துப்பாருங்கள். செய்யும் தொழிலைப் பொறுத்து, நீங்கள் பெறவேண்டிய

அனுமதிகளுக்கு கடிதம் எழுதும்போது ஒரு வெள்ளைத்தாளில் எழுதுவதைவிட, உங்கள் நிறுவனத்தின் பெயர் அச்சிட்ட லெட்டர்ஹெட்டில் எழுதுவது பெறுபவரிடம் உங்கள் மதிப்பை உயர்த்தக்கூடிய ஒருவிஷயம். இடம் தேர்ந்தெடுத்து அனுமதிகள் பெற்றபின் அந்த விலாசம், போன் எண்களுடன் புதிய கார்டுகள், லெட்டர்பேடுகள் தயாரித்துக்கொள்ள வேண்டும்.

தொழில், பெயர் ஆகியவற்றை முடிவு செய்தபின்னர் நீங்கள் சரியான தொழிலுக்கு, சரியான இடத்தைத் தேர்ந்தெடுக்க வேண்டும். இது மிக முக்கியமான கட்டம். நேரம், காலம் அதிகமானாலும் சரியான இடத்தைத் தேர்வு செய்ய வேண்டும். இது முழுக்க முழுக்க நீங்கள் செய்யப்போகும்

தொழிலைப் பொறுத்தது. அதை மட்டுமே பொறுத்தது. ஒரு பிசினஸ் வெற்றியடையாமல் தோற்றதற்கான காரணங்களின் பட்டியலில் இது இரண்டாவது இடத்தைப் பெற்றிருக்கிறது என்றால், இதன் முக்கியத்துவத்தை புரிந்து கொள்ளுங்கள். அருகிலிருக்கிறது, வாடகை குறைவு, உறவினர் இடம், முதல் சிலமாதங்களுக்கு இலவசம், வளர்ந்த பின் மாற்றிக்கொள்ளலாம் போன்ற சமாதானங்களினால் உங்கள் கனவு கலைந்து அழிந்துவிட வழி செய்யாதீர்கள். இது உங்கள் பிசினஸ், உங்கள் வாழ்வின் வெற்றியைத் தீர்மானிக்கப் போகும் விஷயம் என்பதால் முடிவுகளில் மிகத் தீர்மானமாகயிருங்கள்.

இதுவரை நாம் பேசிய விஷயங்களைச் செய்த ஓர் இளைஞனை இப்போது சந்திக்கப்

போகிறோம். அவர் செய்தவைகளை பார்ப்போம்.

கணேஷ் ஒரு மத்தியதரக் குடும்பத்தின் இரண்டாவது மகன். தந்தை, அரசுப் பணியாளார். தாய், குடும்பத் தலைவி. அண்ணன் படித்து முடித்துப் பேங்க் வேலையில் சேர்ந்திருக்கிறார். இவர்களுக்கு ஒரு சகோதரி. பள்ளி இறுதி ஆண்டில் இருக்கிறார். பள்ளி நாளிலிருந்தே கணேஷக்கு ஒரு பிசினஸ் செய்து, பெரிய ஆளாக வேண்டும் என்பது கனவு. காரணம், அவரது நெருங்கிய நண்பனின் தந்தை ஒரு பிசினஸ்மேன். கணேஷின் தந்தையைவிட குறைவான கல்வித் தகுதியுடையவராகயிருந்தாலும், அதிக அளவில் அவர் சம்பாதித்த பணமும், அவரின் வசதியான வாழ்க்கையும் கணேஷ் மனதில் ஆழப் பதிந்த

விஷயம். தன் ஆசையைக் குடும்பத்தினரிடம் சொன்னபோது, அதைத் தந்தை ஏற்றுக்கொண்ட அளவு, தாய் ஏற்கவில்லை. ஆனாலும் அடிக்கடி தன் கனவைச் சொல்லி, அவரின் மனதை மாற்றினார். தந்தை சொன்ன ஒரே நிபந்தனை, கல்லூரிப் படிப்பை நல்ல மார்க்குகளுடன் முடிக்க வேண்டும். அது அடிப்படைத் தகுதி மட்டுமில்லை, வாழ்க்கைமுறை மாறநேர்ந்தால் உதவக்கூடிய ஓர் ஆயுதம் என்பதை வலியுறுத்தினார். அதன்படி கணேஷ் படிப்பு முடிந்த உடனேயே தன் கனவை செயல்படுத்த துவங்கினார். அவர் செய்ய விரும்பிய பிசினஸ், சிறிய அளவில் ஒரு டிப்பார்ட்மெண்ட் ஸ்டோர். தேர்ந்தெடுத்திருந்த பெயர், "வாங்க". இதைச் செய்ய இடத்தைத் தேர்ந்தெடுக்க அவர் எடுத்துக் கொண்ட காலம் 3 மாதங்கள். போட்டி இல்லாத அல்லது குறைவாக இருக்கும் ஒரு வளரும்

புறநகர்ப்ப குதி என்பது அவரின் இலக்கு. அவர் வசித்த பகுதியே அப்படிப்பட்ட ஒன்றாகயிருந்தாலும் அவர் அதைவிட புதிய, வேகமாக வளரும் பகுதியைத் தேடிக்கொண்டிருந்தார்.

பலநாள் சர்வேக்குப் பின் அவர் தேர்ந்தெடுத்த இடம், பெரிய அலுவலகங்கள் பெருகிவரும் முக்கியச் சாலைக்கு அருகில் தோன்றியிருக்கும் குடியிருப்புப் பகுதி. இந்தக் காலகட்டத்தில் தன் பகுதியிலிருக்கும் டிப்பார்ட்மெண்ட் ஸ்டோரில் பகுதி நேரப் பணியாகச் சேல்ஸ்மேன் பணி. தன் படிப்பு, கௌரவம் பற்றியெல்லாம் கவலைப்படாமல் அந்தப் பணியை ஒரு வியாபாரம் பற்றி அறிந்துகொள்ள பயன்படுத்திக்கொண்டார். ஆனால், எவரிடமும் தன் கனவுகளைப் பற்றிப் பேசவில்லை. ஒரு

பல்பொருள் அங்காடி எப்படி இயங்குகிறது, என்னவெல்லாம் செய்கிறார்கள் என்பதை அறிவதிலேயே அத்தனை கவனமும் இருந்தது. தினசரி, நண்பனில் குறிப்புகள் எழுதிவந்தார். இடையில் தினசரி காலை நேரங்களில் தனது, 'வாங்க'க்கான இடத்தேர்வு. இறுதியில் அவர் கண்டுபிடித்த இடம், நகரின் புறநகர்ப்ப குதியில். பஸ் ஸ்டாண்டிலிருந்து குடியிருப்புகளுக்குப் போகும் ஒரு சாலை.

இன்னும் சில ஆண்டுகளில் ஒரு பிசியான பஜாராகி விடக்கூடிய அடையாளங்களை அதில் கண்ட கணேஷ், அதைத் தேர்ந்தெடுத்தார். அங்கு அஸ்திவாரம் போடப்பட்டு, கட்டிடப்பணிகள் துவங்கியிருக்கும் ஒரு கட்டிடத்தின் உரிமையாளரிடம் தன் விருப்பத்தைச் சொல்லி, இடம் கேட்கிறார். கட்டியபின் ஏதாவது

கடைக்கு வாடகைக்கு விடலாமென எண்ணியிருந்தவருக்கு, இது ஆச்சரியத்தைத் தந்தாலும், அறியாத ஒருவருக்கு வாடகைக்குத் தரத் தயங்குகிறார். தொடர்ந்து அவரை சந்தித்த கணேஷ், ஆர்வத்துடன் தன் பேச்சாற்றலால், தன் திட்டங்களைச் சொல்லி, அவரின் நம்பிக்கையைப் பெறுகிறார். கட்டிடம் முடிந்த முதல் மாதத்திலிருந்து வாங்க விற்கு வாடகைக்கு என ஒப்பந்தம் செய்துகொள்கிறார். இடத்தை முடிவு செய்த பின், கணேஷின் வேகம் அதிகமாகிறது.

இப்போது பார்ட் டைம் வேலையில் கிடைத்த தொடர்புகளில் ஒன்றான ஒருபெரிய டிஸ்ட்ரிபியூட்டரிடம் சரக்குகளை டெலிவரி செய்யும் பணியில் சேருகிறார். இப்போது அந்த நிறுவனம் தந்திருக்கும் மோட்டார் சைக்கிளில்

நகரின் பல கடைகளுக்குச் செல்லும் வாய்ப்பு கிடைக்கிறது. இந்த ஒரு காரணத்திற்காகத்தான் அந்தப் பணியில் சேர்ந்திருந்தார்.அவர். ஒவ்வொரு கடைக்குப் போகும்போதும் அதன் அமைப்பு, பொருட்கள் டிஸ்பிளே செய்திருக்கும் முறை எல்லாவற்றையும் கவனிக்கிறார். தன்னைப் போல் டெலிவரிகள் தரும் நிறுவனங்களின் பிரதிநிதிகள், விலாசங்களை, விவரங்களைச் சேகரிக்கிறார். தான் ஏற்கெனவே நினைத்திருப்பவைகளுக்கு கணேஷ் ஓர் இறுதி வடிவம் கொடுத்துக் கொண்டிருக்கும்போதே, அவர் தேர்ந்தெடுத்திருந்த கட்டிடம் வளர்ந்து கொண்டிருந்தது. அது முழு அளவில் முடிவுபெறும் தருணத்தில் தன் வேலையிலிருந்து விலகி, தன் கடைக்கான ஆரம்பப் பணிகளைத் துவக்கிவிட்டார்.

முதலில் செய்தது, வாங்க துவக்கப் போகுமிடத்திலேயே ஒரு விளம்பரம். அதையும் எல்லோரும் செய்வதைப் போலச் செய்யாமல் "இங்கு உங்களுடைய தினசரி வாழ்க்கையை எளிதாக்க உதவப்போகும் ஒருநிறுவனம் துவங்க இருக்கிறது. சரியாக யூகிப்பவருக்குப் பரிசு போனில் அல்லது இ-மெயிலில் தொடர்புகொண்டு சொல்லுங்கள்" என்ற அந்தப் பேனர் பலரைக் கவர்ந்தது. அவர்கள் அனுப்பிய மெயில்களிலிருந்த விடையைவிட அந்த மெயில் ஐடிகள்தான் கணேஷக்கு அவசியம். அடுத்தது, அந்தப் பகுதியிலிருக்கும் அடுக்குமாடிக் கட்டிடங்களின் சங்கங்களின் செயலாளர்களைச் சந்தித்து வரப்போகும் தனது கடையினைப் பற்றிச்சொல்லி ஆதரவு கேட்கிறார்.

அவர்களிடம் வசிப்பவர்களின் போன், மெயில் ஐடிக்களை பெறுகிறார். இதுபோல் அந்த ஏரியாவிலிருக்கும் பள்ளி, அலுவலகங்கள், டாக்டர்கள் எனப் பலரை தொடர்புகொள்கிறார். கவனியுங்கள், இவ்வளவும் வியாபாரத்தை துவக்குவதற்கு முன்னரே செய்கிறார்.

இந்த ஒரு மாத காலத்தில் அவருக்கு அந்தப் பகுதியிலிருக்கும் பலரின் மெயில் ஐடிக்களும், போன்களும் கிடைத்து விடுகின்றன. கடை துவக்க நாளில், அழைப்பு அனைவருக்கும் அனுப்பப்படுகிறது. அவரது பேராசிரியர் தந்த ஆலோசனையின்படி அரசியல்வாதி, சினிமா பிரபலங்கள் இல்லாமல் திறப்பு விழா, அவரது தாயார் விளக்கேற்ற நடைபெறுகிறது. அன்று. துவக்க விழாவிற்கு வந்தவர்கள் வாழ்த்தியதுடன், 'ஏதாவது வாங்கி''யதிலேயே

நல்ல பிசினஸ். அன்று கணேஷ், தன் கனவின் முதல் காட்சியை நினைவாக நிகழ்த்திக் காட்டிவிட்டார். ‘கணேஷ் அதிர்ஷ்டசாலி! எல்லோருக்கும் இப்படி வாய்ப்பு கிடைக்குமா?’ என நினைப்பவர்கள், அவரது கடின உழைப்பையும் ஒவ்வொரு கட்டத்திலும் திட்டமிட்டு செயலாற்றியதையும் யோசியுங்கள். கற்றுக்கொண்டால் உங்களாலும் முடியும். மற்றவர்களின் வெற்றியிலும், தோல்வியிலும் நாம் கற்றுக்கொள்ளும் பாடங்கள் நம் பிசினஸை துவக்க உதவும்.

இன்று நண்பனில் எழுத
வேண்டியது!

விசிட்டிங் கார்டு, லெட்டர் ஹெட்
அடித்துவிட்டேன்.

இடம் தேர்வு செய்ய வேண்டும்

6 எனக்கோர் இடத்தை எப்படித் தேர்ந்தெடுப்பது?



என்ன தொழில், அதை எந்தப் பெயரில் துவக்குவது என்பதை முடிவு செய்த பின், அதற்கான சரியான இடத்தைத் தேர்வு செய்ய வேண்டும் என்பதைப் புரிந்து கொண்ட நீங்கள், ஒரு இடத்தைத் தேர்வு செய்திருக்கிறீர்கள். தேர்ந்தெடுத்திருப்பது சரியான இடம் தானா என்பதை தொழிலை துவக்கும் முன் உறுதி செய்ய வேண்டும். product first, place next because that is going to detmine the price என்கிறது, அமெரிக்க நவீன தொழில் மேலாண்மை புத்தகங்கள். இது முற்றிலும் உண்மை.

தொழில் அல்லது வியாபாரம் நடத்தப் போகும் இடம், அதன் வெற்றியைத் தீர்மானிக்கும் ஒரு முக்கிய விஷயம் என்பதால், மிகுந்த கவனத்துடன் இதைச் செய்ய வேண்டும். இதில் முக்கியமானது, நீங்கள் தேர்ந்தெடுத்திருக்கும் தொழில். அதன் அடிப்படையில் மட்டுமே நீங்கள் இடத்தைத் தேர்ந்தெடுக்க வேண்டும்.

ஒரு பல்பொருள் கடை அல்லது சின்ன உணவகம் போன்றவை, தினசரி வாடிக்கையாளர்கள் வரவேண்டிய இடம். இது, தினசரி மக்கள் கடந்துபோகும் பாதையில் போக்குவரத்து வசதிகள் இருக்கும் பகுதியான பஸ், ரயில் நிலையங்கள் அருகில் அமைய வேண்டியது அவசியம். அதற்கு ஏற்ப முயற்சிக்க வேண்டும். நீங்கள் செய்யப்போவது ஒரு பெரிய வணிக நிறுவனத்தின் ஏஜென்ஸி என்றால், அதற்கான அலுவலகம் பரபரப்பில்லாத பகுதியில் இருக்கலாம்.

ஆனால், பொருட்களைச் சேமிக்கும் கோடோவுன், சரக்கு வாகனங்கள் எளிதாக அங்கு வந்துபோகும் வசதி அவசியம் இருக்க வேண்டும். இம்மாதிரி மிகக் கவனமாக ஆராய்ந்து, நீங்கள் என்ன செய்யப் போகிறீர்கள் என்பதைப் பொறுத்து இடத்தைத் தேர்ந்தெடுக்க வேண்டும். ராம்ஜி ஒரு மெக்கானிக்கல் என்ஜினியர். திறமைசாலி. ஆட்டோமொபைல் என்ஜினியரிங்கை விசேஷப் பாடமாக எடுத்துப் படித்தவர்.

வேலைக்குப் போவதைவிட தொழில் செய்ய விரும்பி, ஒரு சிறிய தொழிற்சாலையைத் துவக்கியிருப்பவர். இந்தியாவின் டெட்ராய்டு ஆக மாறிக்கொண்டிருக்கும் சென்னையில், கார் உற்பத்தி நிறுவனம் ஒன்றுக்கு உதிரிப்பாகம் தயாரித்துத் தர ஒப்பந்தமாகியிருக்கும் ஒரு நிறுவனம், ராம்ஜியின் திறமையினால் கவரப்பட்டு அதற்கு வேண்டிய ஒரு பகுதியைத் தயாரிக்க, ஒரு டெஸ்ட் ஆர்டர் கொடுத்தது. அது சிறப்பாக வடிவமைக்கப்பட்டிருந்ததால், உடனே ராம்ஜிக்கு ஓர் ஆர்டர் கிடைத்தது. பெரிய ஆர்டரினால் நல்ல லாபம் இல்லை.

ஆனால், நல்ல பெயரைப் பெற உதவிய ஆர்டர். ஆனால், தொடர்ந்து அதை ராம்ஜியால் செய்ய முடியவில்லை. ஏன் தெரியுமா? அவர் தொழில் துவக்கிய இடம்தான் காரணம். அது நகருக்கு வெளியே, அவரது மாமாவிற்கு சொந்தமான இடம். எந்த வாடகையும்
இல்லாமல் கொடுத்திருந்தார். ஆனால், அது நகரின் மறுபுறத்திலிருக்கும் ஒரு புறநகர்ப் பகுதி. ராம்ஜிக்கு ஆர்டர் கொடுத்த

நிறுவனம், அது தொழில் ரீதியாக சார்ந்திருக்கும் கார் உற்பத்தி செய்யும் தொழிற்சாலைக்கு மிக அருகிலிருப்பது. தினசரி ஷெட்யூலின்படி, டெலிவரி கொடுக்கவேண்டிய பொருட்களுக்கான போக்குவரத்து செலவு அதிகமாகிக் கொண்டிருந்தது. இடையில் ஒரு கட்டண டோல்கேட் வேறு. திறமையினால் யார் சிபாரிசும் இல்லாமல் கிடைத்த, நன்கு வளரும் வாய்ப்பை இந்த இளைஞன் இழந்தது, தன்தொழிலுக்கு வாய்ப்பான இடத்தைத் தேர்வு செய்யத் தவறியதால் தான்.

வரப்போகும் ஆர்டர்களை நம்பி, வங்கியில் வாங்கிய கடனின் சுமை ஏறிக்கொண்டிருக்கிறது. தன் சிறிய தொழிற்சாலையை அதன் எந்திரங்களுடன் கார் தொழிற்சாலைக்கு அருகில் மாற்ற ஆகும் அதிகமான செலவு, அதற்கு எந்த வங்கியும் கடனுதவி செய்ய மறுக்கும் நிலையில் ராம்ஜி தவித்துக் கொண்டிருக்கிறார்.

ரவி என்ற இளைஞர் LME டிப்ளமோ படித்தவர் ஒரு பிளாஸ்டிக் பாட்டில்கள் தயாரிக்கும் நிறுவனத்தில் பயிற்சியாளாரக சேர்ந்திருப்பவர். தொழில்துவக்கும் ஆசைகளுடன் ஆனால், அதற்கான வாய்ப்புகள் இல்லாத நிலையில் வளர்பவர்.

ஒருநாள் வேலையிலிருந்து திரும்பும்போது ஸ்கூட்டர் சக்கரம் பஞ்சர் ஆனதால், ஒரு தொழிற்சாலை அருகில் நிற்க நேர்ந்தது. அது, ஒரு குடிதண்ணீர் கேன்கள் நிரப்பும் தொழிற்சாலை. அங்கு வந்த ஒரு டெம்போ, அந்தக் கேன்களுக்கான மூடிகளைக் கொண்டு வந்து இறக்கிக் கொண்டிருந்தது. அந்த மூடிகள் தயாரிக்கும் தொழிற்சாலை, ரவி பணி செய்யும் தொழிற்சாலையையும் தாண்டிச்
சற்று தொலைவிலிருக்கும் நிறுவனம் என்பதைக் கவனித்து விசாரித்துபோது, அறிந்துகொண்ட விஷயம் தினசரி 2 முறை மூடிகள் சப்ளை செய்யப்படுகின்றன என்ற

விஷயத்தைத் தான். இரண்டு நாட்கள் அலசி ஆராய்ந்ததில், அந்தக் குடிநீர் தயாரிப்புத் தொழிற்சாலைக்கு அருகில் மூடிகள் தயாரிப்பவர்கள் எவரும் இல்லை என்பதை அறிந்த ரவி, அதுபற்றி ஆழ்ந்து சிந்தித்து நண்பர்களுடன் பேசி, அந்தத் தொழிற்சாலைக்கு அருகில் ஒரு சிறிய இடத்தை வாடகைக்கு எடுக்கிறார். பிளாஸ்டிக் தொழிலில் கிடைத்த அறிமுக அனுபவத்துடன் ஒரு தொழிற்சாலையில் பாட்டில் கேப்களை மொத்தமாக வாங்கி, தன் இடத்திலிருந்து அதை அந்தக் குடிநீர் நிறுவனத்திற்கு முதலில் சாம்பிளாக சப்ளை செய்து ஆர்டர் கேட்கிறார். ரவி சொன்ன விலை, இப்போது அந்த நிறுவனம் வாங்குவதில் 30%குறைவு. குறைந்த விலையினால் கவரப்பட்டாலும் அந்த நிறுவனம் இவர் தொடர்ந்து சப்ளை செய்வாரா எனச் சந்தேகத்துடன் இருந்தது. தொடர்ந்து பெரிய ஆர்டர் கிடைக்குமானால், அருகிலேயே ஒரு யூனிட் போட்டுத் தயாரித்து இன்னும் குறைந்த விலையில் தர

முடியும் என்று ரவி சொல்வதையும் அவரது ஆர்வத்தையும் கண்ட நிறுவனம் ஒரு டெஸ்ட் ஆர்டரைக்கொடுத்தது. முதல் சப்ளையை ஜாப் ஒர்க்காக ஒரு நிறுவனத்தில் தயாரித்து ரவி வழங்கியதும் அந்த நிறுவனம் அசந்துபோனது. குறித்த நேர டெலிவரி மட்டுமில்லை, மூடிகளில் அவர்கள் நிறுவன லோகோவும் அச்சடிக்கப்பட்டிருந்தது. இந்த எண்ணம் நமக்கு எழவில்லையே, வேறு நிறுவனங்களும் இதுவரை இதைச் செய்யவில்லையே என்ற எண்ணிய அந்தத் தொழிற்சாலை அதிபர், ரவியை பெரிதும் பாராட்டி உதவிகள் செய்தார்.

இன்று ரவி ஒரு சிறிய யூனிட்டுக்கு முதலாளி. அதிகச் செலவு இல்லாமல் 3 சக்கர வண்டியில் அருகிலிருக்கும் தொழிற்சாலைகளுக்கு மூடிகள் அனுப்புகிறார். அந்தக் குடிநீர் தயாரிக்கும் நிறுவனத்திற்கு பாதி விலையில் மூடிகள் தடங்கல் இல்லாமல் கிடைக்கின்றன.

இந்த இரண்டு கேஸ் ஸ்டடிகளும் நமக்குச் சொல்லித் தருபவை, தொழிலின் வெற்றிக்கு அது அமையும் இடம் மிக மிக முக்கியம் என்பதுதான். நாம் தேடி சரியாகக் கண்டுபிடிக்க வேண்டிய ஒரு விஷயத்தில், நம் வீட்டிற்கு அருகில் இருக்கிறது, தெரிந்தவர் இடம், வாடகைக் குறைவு பின்னால் மாறிக் கொள்ளலாம் போன்ற சமரசங்களுக்கு இடம் கொடுக்கக் கூடாது.

இடத்தைப் பொறுத்தவரையில் மற்றொரு முக்கிய விஷயம் அனுமதி. நீங்கள் தேர்ந்தெடுத்திருக்கும் தொழிலுக்குச் சட்டபூர்வ அனுமதி எதாவது தேவையா என்பதை முதலில் தெரிந்து கொள்ளுங்கள். தேர்ந்தெடுக்கும் இடத்திற்கு அந்த அனுமதி கிடைக்குமா என்பதை அறிந்துகொண்ட பின்னர், அடுத்த கட்டத்திற்கு செல்லுங்கள். அவசரப்பட்டு இடத்தை முடிவு செய்தபின் அனுமதி கிடைக்காமல் அவஸ்தைப்படக்

கூடாது. இது மிக அவசியம்.

புனேயில் தயாரிக்கப்படும் ஒரு புகழ் பெற்ற ஸ்கூட்டர் தொழிற்சாலைக்கு ஹாரன்கள் தயாரித்துக் கொடுக்கும் ஒரு நிறுவனம், சென்னையிலிருந்து செங்கல்பட்டு செல்லும் வழியில் இருக்கிறது. மிக வேகமாக வளர்ந்து வந்த இந்த நிறுவனத்திற்கு ஒரு நாள் மாசுக் கட்டுப்பாட்டு வாரியத்திலிருந்து நோட்டீஸ் வந்தது. சுற்றுப்புறத்தையும் சூழலையும் மிகச் சுத்தமாகவும், அழகாகவும் வைத்திருக்கும் நமக்கு ஏன் நோட்டீஸ் என ஆச்சரியப்பட்டது அந்த நிறுவனம். நீங்கள் ஹாரன்களை டெஸ்ட் செய்யும்போது, எழுப்பும் ஒலி, சூழ்நிலையில் ஒலி மாசு ஏற்படுத்துகிறது. பணியை நிறுத்தி விடுங்கள் எனச்சொன்னது நோட்டீஸ். எழுப்பும் ஒலியினால், அருகில் உள்ள கிராமத்தில் கோழிகள், முட்டைகள் முன்போல் இடுவதில்லை என்பது அவர்களுக்கு வந்த புகார். அது விஞ்ஞானப் பூர்வமாக உண்மையா, இல்லையா என்ற பிரச்சினைக்குள் போக

விரும்பவில்லை அந்த நிறுவனம். வல்லுநர்கள் உதவியுடன் பெரும் செலவில் ஒலி வெளியே கேட்காத பரிசோதனைக்கூடம் ஒன்றை அமைத்து,
விசேஷ வாரியத்திடம் அனுமதி வாங்கினார்கள். ஒலிக்கட்டுப்பாட்டு வழிகாட்டுதல் விதிகளின்படி அந்த நிறுவனம் துவக்கத்திலேயே அந்த அனுமதியை வாங்காததாலும் அப்படியொரு விதிமுறை இருப்பதை அறிந்திராததாலும் இந்த விலையைக் கொடுக்க நேர்ந்தது. பெரிய நிறுவனங்கள் என்று இல்லை, எந்தத் தொழிலுக்கும் சரியான இடம் என்பது அவசியம். இன்று ஜெராக்ஸ் என்பது தவிர்க்கமுடியாத ஒரு வசதியாகிவிட்டது. கல்லூரி மாணவர்கள் இது இல்லாமல் படிக்க முடியாது என்ற நிலை உருவாகிவிட்டது. இரண்டு புத்திசாலி இளைஞர்கள், இதை எப்படி பயன்படுத்தினார்கள் என்பதைப் பாருங்கள்.

கல்லூரி முதல்வரை அணுகி, நாங்கள் முன்னாள் மாணவர்கள்... ஒரு ஜெராக்ஸ் கடையைக் கல்லூரி வளாகத்திற்குள்ளேயே நம் மாணவர்களுக்காக நடத்த விரும்புகிறோம். இடம் தாருங்கள் எனக் கேட்டார்கள். இம்மாதிரி கோரிக்கைகள் அதுவரை எதுவும் வராததால் திகைத்த முதல்வர், நீண்ட ஆலோசனைகளுக்கும் விவாதங்களுக்கும் பின்னர் அனுமதி கொடுத்தார். அருகில் வேறு ஜெராக்ஸ் வசதி இல்லாதாலும், பிரதிகள் உடனே கிடைப்பதாலும் மாணவர்களின் ஏகோபித்த ஆதரவு. கல்லூரி அலுவலகம் வளாகத்தில் இயங்கும் பேங்க், இதன் சேவையைப் பயன்படுத்துகிறது. இன்று 3 மெஷின்களுடன், மாணவப் பகுதி பணியாளர்களுடன் இயங்குகிறது. விலையைக் குறைக்க (30 பைசா) இவர்கள் செய்திருக்கும் இன்னொரு காரியம் சிந்திக்க வைக்கிறது. ஒரு பக்கம் விளம்பர அச்சிடப்பட்ட பேப்பர்களைப் பயன்படுத்துகிறார்கள். நோட்ஸ், புத்தகங்கள் நகலெடுக்க என மாணவர்கள் அந்த வசதியைப்

பயன்படுத்துகிறார்கள். விளம்பரங்கள் சேகரிக்க ஒரு குழுவும் பணி செய்கிறது.

சென்னை லயோலா கல்லூரியில் துவக்கிய இவர்கள், இப்போது மற்ற இரண்டு கல்லூரிகளில் கால் பதிக்கிறார்கள். பிஸினஸுக்கு சரியான இடம் என்பது எவ்வளவு அவசியம் பார்த்தீர்களா? இடத்தை முடிவு செய்தபின் ஒரு தொழிலுக்கு மிக முக்கியத் தேவையான மூலதனம் பற்றியும் துவக்கப்போவது எந்த மாதிரியான கட்டமைப்பு-தனிநபர் அமைப்பா, பங்குதாரர்களுடன் இணைந்ததா அல்லது லிமிடெட் கம்பெனியா என்பது பற்றிச் சிந்திக்க வேண்டும்.

இன்று நண்பனில் எழுத வேண்டியது!

சந்திரன் பார்த்துக் கொடுத்திருக்கும் இடம் சரிவருமாஎனத் தெரியவில்லை. ஏதோ ஒன்று தடுக்கிறது. அது என்ன என்று புரியவில்லை. ஜெயச்சந்திரன் சாரிடம் ஆலோசிக்க வேண்டும். நீண்ட நாள் நம் நகரில் இருப்பவர். நிறையப் பேர்களைத் தெரிந்தவர். அவரிடம் கலந்து ஆலோசிக்க வேண்டும்.

7 மூலதனம் என்பது பணம் மட்டும் இல்லை



ஒரு சொந்தத் தொழிலை அல்லது வியாபாரத்தை துவக்கும் எண்ணம் எழுந்த உடனேயே, என்ன செய்யப் போகிறோம். பெயர், இடம், போன்றவற்றுடன் இணையாகவே நீங்கள் சிந்தித்துக் கொண்டே இருக்க வேண்டிய ஒரு விஷயம் மூலதனம். முதலில் நீங்கள் துவக்கப் போகும் தொழிலுக்கு எவ்வளவு மூலதனம் முதல் கட்டமாக வேண்டும் என்பதை நீங்கள் அறிந்திருக்க வேண்டும். இதை நீங்கள் தேர்ந்தெடுத்திருக்கும் தொழில் அல்லது வியாபாரத்தின் அளவு பற்றிய எண்ணம் தெளிவாக இருந்தால் மட்டுமே'*Size matters in success at early stages*' சொல்லுகிறார்கள் வல்லுநர்கள்.

ஒரு சிறிய ஸ்டேஷனரி ஷாப் என்றால், மூன்று மாத விற்பனைக்கான ஸ்டாக் செய்யும்

அளவிற்கு பணம் இருக்க வேண்டும். இதைத்தவிர ஓராண்டுக்கான இட வாடகை, உதவியாளர் சம்பளம், இதர செலவுகளுக்கு பணம் வேண்டும். சுருக்கமாகச் சொன்னால், முதல் ஆண்டு முழுவதுமே எதிர்பார்த்த வியாபாரம் இல்லை என்றாலும் கூட அதை நடத்த உங்கள் பணம் அவசியம். வங்கிகளில் கடன் வாங்க முடியாதா? முடியும். அதற்கான அடிப்படைத் தகுதிகளில் ஒன்று, நீங்கள் இட்ட மூலதனமும் அதை நீங்கள் கையாண்ட விதங்களும். அந்தக் காலகட்டம் வரை தாக்குப்பிடிக்க உங்கள் பணம் அவசியம். ஒரு சிறிய தொழிற்சாலை என்றால், அதற்குத் தேவையான இயந்திரங்கள் கட்டமைப்புகளுக்கு வங்கிக் கடன் பெற முடியும். ஆனாலும் அதற்கும் நீங்கள் முதலில் நீங்கள் கொண்டுவர வேண்டிய பணமும் (15%

முதல் 25% வரை) தொடர்ந்து முதல் மூன்று மாத உற்பத்தி/விற்பனைச் செலவுகளை சமாளிக்க பணம் தேவை. இதெல்லாம் எனக்கு எப்படித் தெரியும் அல்லது எங்கே இருந்து அறிந்து கொள்வது என்பது உங்கள் கேள்வியா? மாவட்ட தொழில் மையங்கள் என்பது சிறுதொழில் துவக்குவதற்கு உதவி செய்யும் ஓர் அமைப்பு. மாநில அரசுகளின் தொழிற்துறை அந்த மாவட்டத்தின் முதன்மை வங்கியுடன் இணைந்து செயலாற்றும் அமைப்பு. இவர்களிடம் மாடல் புராஜக்ட் ரிப்போர்ட்கள் கிடைக்கும். இதை இலவசமாகவே பெறலாம். அதன் அதிகாரிகள், அந்த அமைப்பில் இருக்கும் வங்கி அதிகாரி அல்லது வங்கிகளால் பயிற்றுவிக்கப்பட்ட கவுன்சிலர்கள் உதவுவார்கள். ஆனால், இதையே முழுவதுமாக நம்பி அப்படியே செயல்படக்கூடாது. இந்தத்

தகவலின் அடிப்படையில் நீங்கள், உங்கள் ஆராய்ச்சிகளை செய்யவேண்டும். இந்தத் தொடரின் துவக்கப் பகுதியில் சொல்லப்பட்ட, நீங்கள் துவக்கப்போகும் தொழிலைப் பற்றி உங்களுக்கு எவ்வளவு தெரியும் என்பதை நினைவில் கொள்ளுங்கள். இந்த மூலதனம் என்பது உங்களிடமிருக்க வேண்டும் அல்லது

உங்களுக்கு அவசியமானபோது, உடனே கிடைக்கும்படி இருக்க வேண்டும். இது மிக மிக முக்கியம். அவசியமான மூதலீட்டுப் பணம் அவசியமான நேரத்தில் கிடைக்காது போனால், அது வியாபாரத்தில் ஏற்படுத்தும் விளைவுகள் பெரும் அபாயமாகக் கூட ஆகிவிடக்கூடும்.

முயற்சியை துவக்கிய அன்றே முழு முதலீடும் பணவடிவில் கையிருப்பாக வைத்திருக்க

எல்லோராலும் முடியாது. ஆனால், வரப்போகும் பணம் வரும் நிலையில்தான் இருக்கிறது என்பதை உறுதி செய்துகொள்ள வேண்டும். உதாரணத்திற்கு உங்கள் முயற்சிகளுக்கு அவசியமானபோது, பணம் தந்து உதவ ஒரு குடும்ப நண்பர் அல்லது உறவினர் வாக்களித்திருந்தால் அது உங்கள் தேவையை சந்திக்கும் அளவில் தயாராக அவரிடம் இருப்பதை உறுதி செய்துகொள்ளவேண்டும். உங்கள் மீது இருக்கும் அபிமானத்தினால் சொல்லப்படும் வார்த்தைகளாகக்கூட சில சமயங்களில் இருக்கலாம். மிகத் தெளிவாக அது உங்கள் மூலதனதிற்கான பணம், தாமதங்கள், தவிர்ப்புகள் ஏற்க இயலாதவை என்பதை சொல்லவேண்டும். உதவி செய்பவர்களிடம் அப்படியெல்லாம் இருக்க முடியுமா எனக்

கருதினால், நீங்கள் புரிந்து கொள்ளவேண்டிய விஷயம், நாம் செய்யப்போவது தொழில் அது நம் வாழ்வை தீர்மானிக்கப் போகும் விஷயம் என்பதை. மேலும் தெளிவாக தேவைகளைச் சொல்லவும் முடிவுகளை தாமதப்படுத்தாமலிருக்கவும் இருப்பது தொழில்முனைவர்கள் கற்றுக் கொள்ளவேண்டிய பால பாடம். எவ்வளவு மூலதனம் என்பதை முடிவு செய்தவுடன் அதை எப்படி சேகரிப்பது என்பதை திட்டமிடவேண்டும்.

பணம் உங்களுடையதா அல்லது குடும்பத்தினருடையதா. அப்படியானால், உங்கள் பிஸினசில் அவர்களும் இணையப்போகிறார்களா அல்லது பண உதவி மட்டுமா? அந்தப் பணம் கடனா? திருப்பித்

தரவேண்டாம் என்ற மாதிரியான உதவியா? முடிந்தபோது திருப்பிக் கொடுத்துவிடு என்பது மாதிரியா போன்றவற்றை மிகத் தெளிவாகத் தெரிந்துகொண்டு திட்டமிடுங்கள். ஏனென்றால், பிசினஸில் உங்கள் பணமாக இல்லாத எதுவும் நீங்கள் வாங்கும் கடனாகத்தான் கருதப்படும். அதைச் சம்பாதித்து திரும்பச் செலுத்துவதுதான் பிஸினஸ். இன்று பெரும்பாலான இளைஞர்கள்தந்தை அல்லது தாயின் பணிகளின் இறுதிக்காலத்தில் ஈட்டும் பணிக்கொடை போன்றவற்றை முதலீடு செய்து, தொழில் துவக்குவதைப் பற்றி அதிகம் பேசுகிறார்கள். அவர்கள் மனப்பூர்வமாக சம்மதித்தால் தவறில்லை. ஆனால், அவர்கள் வாழ்நாள் சேமிப்பை தங்கள் ஓய்வுக்காலத்தை, பிறருக்குப் பாரமில்லாமல் கழிக்க திட்டமிட்ட பணத்தில் நீங்கள் துவக்கும் முயற்சியில் வெற்றி பெற்று

அதை முதலில் அவர்களுக்கு திருப்பித்தர வேண்டும். அதனால், அதைக் கடனாக ஏற்று அதை உங்கள் நிறுவனக் கடனாகக் கணக்கிட்டால்தான்

திருப்பித்தரவேண்டிய அவசியம் ஏற்படும். அதனால், புரிந்துகொள்ளுங்கள் நண்பரே! கடன் வாங்கி முதலீடு செய்யலாம். தவறில்லை. ஆனால், யாரிடம் எவ்வளவு என்பதும் எந்த அடிப்படையில் என்பதும் மிக முக்கியம். வட்டி கொடுக்க வேண்டிய கடனாக இருந்தால், வட்டி விகிதம் நீங்கள் உங்கள் தொழிலில் சம்பாதிக்கத் திட்டமிட்டிருக்கும் லாப விகிதத்திற்கு குறைவாக இருக்க வேண்டும். உங்கள் லாபம் 15% இருந்தால் (ரிட்டன் ஆஃப் இன்வெஸ்மெண்ட் என்று சொல்லப்படுவது), மூதலீட்டுக்காக வாங்கும் கடனின் வட்டி

அதற்கும் குறைவாகவே இருக்க வேண்டும். அதற்கும் அதிகமாகயிருந்தால், உங்கள் தொழில் முயற்சிகளின் பலன் உங்களுக்கு இல்லை, கடன் கொடுத்தவர்களுக்குத்தான் என்பதை உணரவேண்டும். அப்படி யார்கடன் கொடுப்பார்கள்? கண்டுபிடியுங்கள். ஒருவேளை உங்களுக்கு அருகிலேயே கூட இருக்கலாம்.

குஜராத்தில் வியாபாரம் செய்து, உலகப் புகழ் பெற்றிருக்கும் ஒரு சமூகத்தினர், அவர்கள் வாழும் பகுதிகளில் எல்லாம் ஒரு குழுவாக இணைந்து ஓர் அமைப்பை ஏற்படுத்தியிருக்கிறார்கள். ஒவ்வொருவரும் இதில் ஒரு குறிப்பிட்ட தொகையை முதலீடு செய்கிறார்கள். எதற்குத் தெரியுமா? அவர்கள் சமூக இளைஞர்கள். புதிய தொழில் துவக்க மூதலீடு செய்ய, கடன் தர, மிகக் குறைந்த

வட்டியில் தரப்படும் இந்தக் கடனை, முதல் இரண்டு ஆண்டுகளில் மாதத் தவணைகளாக திருப்பிச் செலுத்தவேண்டும். தவறினால், உன்னைப் போன்ற ஓர் இளைஞனுக்கு இந்த உதவியை செய்ய முடியாது போய் விடும் அல்லது தாமதமாகும் என்பது சொல்லப்பட்டு, அந்தக் கடனுதவி வழங்கப்படுகிறது.

இது போன்ற சில அமைப்புகள் தமிழகத்திலும் சில சமூகத்தினரிடமும் இயங்குகின்றன. அவை உங்கள் பகுதியிலிருக்கிறதா எனக் கண்டுபிடியுங்கள் அல்லது உங்கள் மூலதன முதலீட்டுப் பணத்திற்காக உழைத்து, அந்தப் பணத்தை சேமியுங்கள். இதனால், நீங்கள் பெறப்போவது பணம் மட்டுமில்லை, அனுபவமும்தான். “3 ஆண்டுகள் கடுமையாக உழைத்து, செலவுகளைச் சுருக்கி என் சொந்தத்

தொழிலின் முதல் முதலீட்டை உருவாக்கினேன்'' என்கிறார், இன்று சென்னையின் அடையாளமாகி இருக்கும் ஒரு மிகப் பெரிய தங்க நகை விற்பனை நிலையத்தின் நிறுவன அதிபர். மூலதனம் என்பது நீங்கள் தொழில் அல்லது வியாபாரத்திற்காகக் கொண்டுவரும் பணம் மட்டுமில்லை என்பதை தெரிந்துகொள்ளவேண்டும், ஒரு தொழிலை அல்லது வியாபாரத்தை உருவாக்கப் பயன்படும் அடிப்படையான, நிலம் அல்லது இடம், இயந்திரம், உற்பத்திக்காகப் பெற்றிருக்கும் தயாரிப்புமுறை போன்றவையும் மூலதனத்தில் அடங்கும். இவை சரியாக மதிப்பிடப்பட்டு, உங்கள் மூலதனக் கணக்கில் காட்டப்படவேண்டும். அப்படி சேர்க்கப்பட்டிருப்பதற்கு

ஒரு சான்று வேண்டும். இதை எப்படி, யாரிடம் பெறுவது? இந்தச் சான்றை ஓர் ஆடிட்டரிடம் பெற வேண்டும். இதற்கு, கேப்பிடல் டிப்ளாயிமெண்ட் சர்டிஃபிகேட்'' என்று பெயர். பிசினஸையே துவக்கவில்லை, அதற்குள் ஆடிட்டராஎன வியக்காதீர்கள். பலர்அஞ்சுவது போல ஆடிட்டர்கள் எல்லோரும் அதிகக் கட்டணம் வசூலிப்பவர்கள் இல்லை. உங்கள் ஆரம்பநிலை, புதியதொழில் முயற்சி எல்லாவற்றையும் அறிந்தவர்கள் அவர்கள். முடிந்தவரையில் ஒரு நண்பரின் உதவியோடு இவர்களை அறிமுகம் செய்துகொள்ளுங்கள். உங்களோடு அவர்நிறுவனமும் வளரப்போகிறது என்ற நிலையில் இருப்பவர்களை தேர்ந்தெடுங்கள். நிச்சயம் உதவுவார்கள். இந்தச்சான்று பல

விஷயங்களுக்கு வங்கி மற்றும் நிதி நிறுவனங்களில் கடன், அரசு மானியங்கள் பெற எனவருங்காலங்களில் தேவையாகயிருக்கும். இது பிசினஸைத் துவக்கும் முன்னரே வாங்க வேண்டிய அவசரம் இல்லை. ஆனால், அவசியமான ஒன்று.

வங்கிகளில் கடன் கேட்டு அணுகும்போது, அவர்கள் கேட்கும் முதல் கேள்வி... எவ்வளவு மூதலீடு செய்திருக்கிறீர்கள்? மாத டர்ன் ஒவர் எவ்வளவு என்பதுதான். விவரம் சொன்னால், இதற்குச் சான்றாக என்ன வைத்திருக்கிறீர்கள்? ஆரம்ப பேலன்ஸ் வீட், ஆடிட்டர் சர்டிஃபிகேட்? என்ற கேள்விக்கு பலர் சொல்லும் பதில், இப்படி ஒன்று அவசியம் என எனக்குத்தெரியாது என்பதுதான். நீங்கள்

இவர்களின் பட்டியலில் சேரக்கூடாது. ஏனென்றால், நீங்கள் ஜெயிக்கப் போகிறவர். மூலதனத்தையும் அதைத் திரட்டுவதற்கான வழிமுறைகளையும் அறிந்த நீங்கள், தீர்மானிக்க வேண்டிய அடுத்த முக்கியமான விஷயம், உங்கள் நிறுவனத்தின் கட்டமைப்பு. உங்கள் நிறுவனத்தை ஒரு தனிநபர் நிறுவனமாக, பார்ட்னர்ஷிப்பாக அல்லது பிரைவேட் லிமிடெட் கம்பெனியாக எப்படி நடத்தப் போகிறீர்கள் என்பதைத்தான். எது எனக்கு நல்லது? ஏன்?

இன்று நண்பனில்
எழுதவேண்டியது! :

ஆரம்பத்திலேயே ஆடிட்டரின் உதவி இல்லாதால் தப்பாகிப் போன விஷயங்களைப் பற்றி ராஜூ சொன்னதைக் கேட்டவுடன் அதன் அவசியம் புரிந்தது. அரவிந்த் இன்வெஸ்ட்மெண்ட்கன்சல்டெண்ட்டாக இருப்பதால், அவரிடம் ஆடிட்டர் பற்றிப் பேசினேன். பல ஆடிட்டர்களை தெரிந்திருக்கும் அவர், எனக்காக கீதா சுப்ரமணியன் என்பவரிடம் பேசியிருக்கிறார். நாளை மாலை அவரை சந்திக்கப் போகிறேன்.

8 எனது பிஸினஸ் எந்த வகையில் அமைய வேண்டும் ?

ஒரு தொழில் துவக்கும் முன் தீர்மானிக்க வேண்டிய விஷயங்களில் அது எந்த வகை கட்டமைப்பில் அமைய வேண்டும் என்பதும் ஒன்று. ஒரு நிறுவனம் புரொப்ரைட்டர்ஷிப், பார்ட்னர்ஷிப். டிரஸ்ட், இந்துக் குடும்ப முறை, பிரைவேட் லிமிடெட் கம்பெனி என எந்த வகை கட்டமைப்பிலும் துவக்கப்படலாம். ஆனால், நாம் துவக்கப் போகும் தொழிலுக்கு எது உகந்தது, சரியானது என்பதை ஆரம்பக் முதலீட்டு மூலதனத்தையும், தொழிலையும் பொறுத்தது. இதில் புரொப்ரைட்டர்ஷிப் எனப்படும் தனி நபர் முறை மிகச் சிறிய வியாபாரத்திற்கு உகந்தது. சற்றே பெரிதான நிறுவனத்தையும் இந்த முறையில் துவக்கலாம். நீங்கதான் ராஜா’ என்ற இந்த அமைப்பில் சுதந்திரங்கள் அதிகம் இருப்பது போல, சுமைகளும் உண்டு. எந்த முடிவும். அதன்

விளைவுகளும் உங்களுடையது. முழு லாபமும் உங்களுடையதாகவே சேரும் என்பதையும்.அதே போல் நஷ்டம் நேர்ந்தால், உங்களுக்கு கைகொடுக்க யாரும் இருக்கப் போவதில்லை என்பதையும் சேர்த்தே நீங்கள் அறிய வேண்டும்.

முதலீடு முழுவதும் உங்களுடையதாக இருப்பதால், பொறுப்புகளும் அதிகம். அதைச் சிறப்பாகச் செயல்படுத்த மனஉறுதியும், இதர வசதிகளும் இருக்க வேண்டும். இந்த அமைப்புக்கு சட்டப்பூர்வப் பதிவுகள் எதுவும் அவசியம் இல்லை. ஓர் ஜெராக்ஸ், இன்டெர்நெட் மையம், செல்போன் சர்வீஸ் போன்ற அதிக மூலதனம் இல்லாத பிஸினஸ்களுக்கு இது பொருந்தும். அரசு மானியம் அளிக்கும் கிராமப்புற, நகர்ப்புற

இளைஞர்களுக்கான தொழில் திட்டங்களில் இந்த வகையும் அனுமதிக்கப்பட்டிருக்கிறது. வங்கிகளில் 5 லட்சம் வரை, கொள்முதல் முதலீட்டுக்கான கடன்கள் பெறுவதும் அனுமதிக்கப்பட்டிருக்கிறது. பங்குதாரர்கள் இணைந்து செயல்படும் பார்ட்னர்ஷிப் முறைதான் பெரும்பாலான பிஸினஸ்களில் பரவலாக இருக்கும் முறை. இதற்கு, இதில் இருக்கும் பல அனுகூலங்கள்தான் காரணம். குறைந்தபட்சம் இரண்டு பேர் இருந்தால் கூடபோதும்.

பார்ட்னர்ஷிப் சட்டத்தின்கீழ் இந்த அமைப்பை பதிவு செய்யலாம். இது கட்டாயமில்லை என்றாலும், பதிவு செய்யப்படாத பார்ட்னர்ஷிப்களுக்கு இருக்கும் பல சிக்கல்கள் பதிவு செய்யப்படுவதை

அவசியமாக்கிவிட்டிருக்கிறது. இந்த முறையில் முதலீடு செய்யப்படும் மூலதனம் ஒருவருக்கு மேற்பட்டவர்களால் செய்யப்படுவதால், பார்ட்னர்கள் செய்யும் முதலீடு, பளு குறைவாக இருக்கும். எல்லா பங்குதாரரர்களும் சரிசமமாக முதலீடு செய்யவேண்டிய அவசியமில்லை. பண முதலீடே செய்யாமல்கூட பார்ட்னராக இருக்கமுடியும். அதேபோல லாபத்தை, இட்ட முதலீட்டின் அடிப்படையிலோ அல்லது அதன் அடிப்படையில் இல்லாமலோ பிரித்துக்கொள்ளக்கூடிய வசதிகளும் உண்டு.

ஆனால், அத்தனை பங்குதாரரர்களும் நிறுவனத்தின் எந்த ஒரு செயலுக்கும், பார்ட்னராக இருப்பதால் பொறுப்பேற்க வேண்டும் என்பது சட்ட விதிமுறை. அதனால், ஒரு பங்குதாரர் முறை வியாபாரத்தில் முதலீடு

செய்யும் பணத்திற்கு அப்பால் இருக்கும் முக்கியமான விஷயம், பங்குதாரர்களுக்கிடையே இருக்க வேண்டிய பரஸ்பர நம்பிக்கை. இதை நன்கு புரிந்து கொண்ட பின்னர் தான் பெரும்பாலான பார்ட்னர்ஷிப்புகளில் குடும்ப உறுப்பினர்களே பங்குதாரராக இருக்கிறார்கள். பலகுடும்பங்களில் இந்த அமைப்பு சில தலைமுறைகளாகவும் தொடர்கிறது. நீங்கள் துவக்கப் போகும் தொழிலில் யாரை பார்ட்னராக சேர்க்க வேண்டும் என்பதை நீங்கள்தான் தீர்மானிக்க வேண்டும். பண உதவி செய்பவர்கள் பங்குதாரராக இருக்க வேண்டுமா அல்லது கடன் கொடுப்பவராக மட்டுமே இருக்க வேண்டுமா என்பது தெளிவாக முடிவு செய்ய வேண்டிய ஒரு விஷயம்.

குடும்ப உறுப்பினர்களுடன் இணைந்து துவக்கலாம். கணவன், மனைவி தந்தை, மகன், அண்ணன், தம்பி இப்படி இரண்டு பேர்கூட இருந்தால் போதுமானது. இந்த மாதிரி அமைப்பில் ஒரு தனி நபர் வியாபார நிறுவனத்தின் சுதந்திரத்தையும் பார்ட்னர்ஷிப் முறையின் வசதிகளையும் பெறமுடியும். ஆனால், வங்கிகள், நிதி நிறுவனங்கள் இந்தவகை பார்ட்னர்ஷிப்புகளை, நெருங்கிய குடும்ப உறவினர்கள் குழுவாகத்தான் மதிப்பிடுகிறது. பல சமயங்களில் இது கடன் உதவி அல்லது அதிகக்கடன் பெறுவதற்கு தடையாக இருக்கக்கூடும். கடன் தரும் நிறுவனங்கள், ஆண்டறிக்கை, நிதிநிலை அறிக்கை போன்ற விவரங்களோடு யாரெல்லாம் பார்ட்னர்கள், அவர்களுக்கிடையே இருக்கும் உறவு

முறைகளையும் பார்த்துதான் அந்த நிறுவனத்தைப் பற்றிய மதிப்பீடு செய்கிறார்கள். அதனால், குடும்ப உறுப்பினர்களுடன் மற்ற நபர்கள், நன்கு தெரிந்த நண்பர்கள் அல்லது அவர்களின் குடும்பத்தினர் போன்றவர்களை சேர்க்கலாம். துவக்கும் தொழிலுக்கு ஏற்ப, அந்தத் துறை சார்ந்த தொழிலில் இருப்பவர்களை, அனுபவம் மிக்கவர்களை சேர்க்கலாம்.

நீங்கள் துவக்கப் போவது ஓர் உற்பத்தித் தொழிற்சாலையாக இருந்தால் அந்தத் தொழில் சம்பந்தப்பட்ட அதற்கான கல்வித்தகுதியுள்ள நபர் பார்ட்னராக இருக்கிறாரா என்பதைத்தான் பார்ப்பார்கள். அதன் அடிப்படையில்தான் முடிவு செய்வார்கள். உதாரணமாக நீங்கள் செய்யப்போவது மருந்து தயாரிக்கும் தொழில்

என்றால், அதன் பார்ட்னர்களில் ஒருவர், மருந்து தயாரிப்பிற்கான படிப்பில் பட்டமும் மற்றவர்களுக்கு விற்பனையில் அனுபவமும் இருப்பது கடன் வசதிகள் பெறுவதை எளிதாக்கும். கல்வித்தகுதி, அனுபவம் உள்ளவர்களை தேர்ந்தெடுத்து பணியில் அமர்த்த முடியாதா எனக் கேட்கலாம். முடியும். ஆனால், நிதி நிறுவனங்கள் செய்யும் தொழிலில் நேரடி அனுபவமும் கல்வித் தகுதிகளும் இருப்பவர்கள் பங்குதாரர்களாக இருந்தால், நிச்சயம் ஜெயிப்பார்கள் எனக் கணித்திருக்கிறார்கள். அதனால், உங்கள் பார்ட்னர்களை மிகக் கவனமாக தேர்ந்தெடுங்கள். இது எளிதான காரியம் இல்லை. நிறைய ஆலோசனை, நலம் விரும்பிகளின் உதவி கேட்பது போன்றவற்றினால் சில நாட்கள்

தாமதமானாலும் பரவாயில்லை. சரியான, ஒத்த கருத்துகள் இருக்கும் நபர்கள் தேர்வு செய்யப்படவேண்டியது. முக்கியம். பார்ட்னர்ஷிப்,நிறுவனங்களின் லாப நஷ்டத்துக்கு பங்குதாரர்களே பொறுப்பேற்க வேண்டும். 2008 ம் ஆண்டு எல்எல்பிஏ எனப்படும் Limited Liability Partnership ஏற்படுத்தப்பட்டது. இந்தப் புதிய சட்டம் ஏற்கெனவே நடைமுறையில் இருக்கும் நிறுவனச்சட்டம் 1956 மற்றும் பார்ட்னர்ஷிப் சட்டம் 1932 ஆகிய இரண்டுக்கும் இடையில் சில மாற்றங்களுடன் தொழில் முனைவோருக்கு அனுகூலமாக உருவாக்கப்பட்டுள்ளது. இந்தச் சட்டத்தின்படி ஒரு நிறுவனத்தின் பங்குதாரர்களின் பங்குகளின் அளவைப் பொறுத்து அந்த நிறுவனத்தின் லாப நஷ்டங்கள் தீர்மானிக்கப்படும் பார்ட்னர்களையும் அவர்கள்

கொண்டுவரவேண்டிய மூலதனம் பற்றிய விஷயங்களையும் முடிவுசெய்த பின் அடுத்து செய்யவேண்டியது, பார்ட்னர்களுக்கிடையே ஏற்பட்டிருக்கும் முடிவுகளை ஒரு ஒப்பந்தமாக ஆவணப்படுத்துதல்.
பங்குதாரரர்களுக்கிடையிலான இந்த ஒப்பந்தம், பார்ட்னர்ஷிப் டீட் என அழைக்கப்படுகிறது.

இது இந்தியன் பார்ட்னர்ஷிப் சட்டவிதிகளுக்குள்ளான வகையில் தயாரிக்கப்படவேண்டும். அதை நீங்கள் தேர்தெடுத்திருக்கிறீர்களே ஓர் ஆடிட்டர், அவர் தயாரித்துக் கொடுப்பார். ஆனால், அதில் சொல்லப்படவேண்டிய விஷயங்களை நீங்கள் பேசி முடிவெடுக்க வேண்டும்.
செய்யப்போகும் முதலீடு, லாப பங்கீட்டு விகிதங்கள், நிர்வாகப் பொறுப்பு, மற்ற

பொறுப்புகளை ஏற்கப்போவது யார், சுழற்சி முறையானால் அதன் காலம் இப்படி அவசியமான அத்தனை விஷயங்களையும் இதில் சேர்க்க வேண்டும்.

இவற்றை ஒரு பார்ட்னர்கள் மீட்டிங்கில் முடிவு செய்து அதை எழுத்து வடிவில் ஆடிட்டருக்குக் கொடுத்தால், அதை அவர் அழகாக சட்டவிதிமுறைகளுக்குள் ஆவணமாக்கிக் கொடுப்பார். இதை ரிஜிஸ்டிராரிடம் பதிவு செய்துகொள்ள வேண்டும். இந்த ஆவணத்தில் முக்கியமாக இருக்க வேண்டிய ஒரு விஷயம், பார்ட்னர்ஷிப்பைக் கலைப்பது அல்லது பார்ட்னர் ஒருவர் வெளியேறுவது பற்றிய தெளிவான ஷரத்துகள். ஒரு நல்ல விஷயத்தைத் துவக்கும்போதே இதெல்லாம் ஏன் என்ற சென்டிமெண்ட்களை விட பின்னால்

பிரச்சினைகள் எதாவது எழுந்தால் மனக்கசப்போ, அழுத்தங்களோ நடக்கும் வியாபாரத்தைப் பாதிக்காமல், எளிதாக அவற்றைச் சமாளிக்க உதவும்.

இந்த விஷயங்கள் தெளிவாக இல்லாத ஒப்பந்தங்களினால், பல பார்ட்னர்ஷிப்புகளில் சம்பந்தப்பட்டவர்களும், வங்கி அதிகாரிகளும் நிறைய பிரச்சினைகளை சந்தித்திருக்கிறார்கள்.

10 லட்சத்திற்கு மேல் முதலீடுசெய்து துவக்கும் தொழிலானால், அதை லிமிடெட் கம்பெனியாக துவக்குவது நல்லது. லிமிடெட் கம்பெனி என்ற அமைப்பு, இந்திய கம்பெனி சட்டத்தின்கீழ் பதிவு செய்ய வேண்டியது. இதில் இரண்டு வகைகள். ஒன்று, பப்ளிக் லிமிடெட் கம்பெனி, மற்றொன்று, பிரைவேட் லிமிடெட். இதில் நாம்

அறிந்துகொள்ளவேண்டியது, பிரைவேட் லிமிடெட் பற்றிய முக்கிய விஷயங்களை மட்டுமே. கம்பெனி சட்டங்களின் கீழ் பிரைவேட் லிமிடெட் கம்பெனிகளுக்கு பப்ளிக் கம்பெனிகளை விட நிறைய சலுகைகள் வழங்கப்பட்டிருக்கின்றன. வருடாந்திரக் கணக்குகளை ரிஜிஸ்டிராருக்கு சமர்ப்பிப்பது, விளம்பரம் செய்யாமலேயே பங்குகளை விற்பது, ஒதுக்குவது போன்ற பலவிஷயங்களில் விலக்குகள் அளிக்கப்பட்டிருக்கின்றன. இதில் பார்ட்னர்ஷிப்புகளுக்கான அத்தனை வச திகளும் ஒரு லிமிடெட் கம்பெனியின் கௌரவமும் சலுகைகளும் கிடைக்கும். மிக முக்கிய வசதி வேண்டிய மூலதனத்தைப் பங்குகளாக்கிப் பரவலாக பலரிடமிருந்து பெறமுடியும். இதன் மூலம் பெரிய அளவில் மூலதனம் கிடைக்க வாய்ப்புகள் அதிகம்.

பார்ட்னர்ஷிப்புகளில் ஏற்படும் நஷ்டங்களை பார்ட்னர்கள் அனைவரும் ஏற்கவேண்டும். ஆனால், கம்பெனி முறையில் பங்குதாரரர்களின் பொறுப்பு, அவர்களிடமிருக்கும் பங்குகளின் அளவிற்கு மட்டுமே என வரையறுக்கப்பட்டிருப்பதால், அதிகபட்ச இழப்பு, ஷேர் முதலீட்டுத்தொகை மட்டுமே என்பதால், பலர் முதலீடுசெய்யும் வாய்ப்புகள் அதிகம். மேலும் நிறுவன நிர்வாகம், தேர்ந்தெடுக்கப்பட்ட சிலரின் கட்டுப்பாட்டில் மட்டுமே இருப்பதால், மூதலீடு செய்தவர்களின் குறுக்கீடுகள் தொழிலில் இருக்காது. நண்பர்கள், உறவினர்கள் மூலம் மூதலீடுகளைப் பெறமுடியும்.

பெரும்பாலான பார்ட்னர்ஷிப்புகள், நன்கு வளர்ச்சி அடைந்த பின்னர் இப்படி பிரைவேட்

லிமிடெட் கம்பெனியாக மாறுவதற்கு இதுதான் முக்கியக் காரணம். பார்ட்னர்ஷிப்பா? பிபார்ட்னர்ஷிப்பா? பிரைவேட்லிமிடெட்டா என்பதை முடிவுசெய்து விடுங்கள். ஒரு தொழில் செய்வதற்காக, செய்ய வேண்டிய மற்ற வேறு சில பதிவுகள், வங்கிக் கணக்குகள் துவக்குவது பற்றி அறிந்து கொள்ளவேண்டும். அதற்கு முன்வாய்ப்புகளைக் கண்டுபிடித்து, வசமாக்கிக் கொண்டவர்கள் சிலரின் கேஸ் ஸ்டடிகளை பார்ப்போம்.

இன்று நண்பனில் எழுதவேண்டியது! :

அண்ணன் அதிகாரியாகப் பணிபுரியும் LC யில் அதிகாரிகள்,

பிஸினஸ்களில் பார்ட்னராக
இருக்கக் கூடாது என்ற
விதிமுறையினால் பார்ட்னராக
முடியாதாம். இது எதிர்பாராதது.
அப்பா, அம்மாவைத் தவிர
அடுத்தவராக யாரைச் சேர்ப்பது?
அண்ணி அல்லது அவர் தம்பி
திலீப்... யோசிக்கிறேன்.

9 வரும் வாய்ப்புகளை வசப்படுத்திக் கொள்பவரா நீங்கள்?



சொந்தத் தொழில் செய்ய விரும்புபவர்களில் பலர் சொல்லும் ஒரு விஷயம், எந்த

பிசினஸுக்கு நல்ல வாய்ப்பு இருக்கிறது என்பது தெரியவில்லை. எதை யோசித்துப் பார்த்தாலும் அதை யாராவது ஏற்கெனவே துவக்கியிருக்கிறார்கள் அல்லது செய்து கொண்டிருக்கிறார்கள், இருக்கும் வாய்ப்புகள் பற்றி யார் சொல்லுவார்கள் என்பதுதான். அதிர்ஷ்டம் இரண்டாம் முறை கதவைத் தட்டாது என்பது பழமொழி வாய்ப்பு:உங்கள் வாசலில் வந்து முதல் முறை கூட நிற்காது. வாய்ப்புகளை நீங்கள்தான் தேடிப் போக வேண்டும். முழு முயற்சியுடன், பொறுமையுடன் தேடிப்போக வேண்டும். நண்பர்களே! இன்று என்ன பிசினஸ் செய்யலாம் என்பதைச் சொல்ல பலர் இருக்கிறார்கள். வங்கிகள், தனியார் தொண்டு நிறுவனங்கள், அரசின் தொழிற்வளர்ச்சிப் பிரிவின் அங்கங்கள், இளைஞர்கள், மகளிர்

மேம்பாட்டுக்குச் செயலாற்றும்
அறக்கட்டளைகள் எனப் பல அமைப்புகள்.
ஆனால், நீங்கள் புரிந்துகொள்ளவேண்டியது
இவர்கள் தரும் ஆலோசனைகளில் எது
உங்களுக்கு நல்லது என்பதை நீங்கள்தான்
முடிவு செய்ய வேண்டும். இதைச் செய்யுங்கள்,
வெற்றி நிச்சயம் என யாரும்
சொல்லப்போவதில்லை. ஏன் என்றால்,
வாய்ப்புகளைப் பற்றி ஆராய்ந்து
அறிவிப்பவர்களுக்குத் தனிப்பட்டவர்களின்
திறமை, பலம், பலவீனம் பற்றித் தெரியாது. அது
உங்களுக்கு மட்டுமே தெரிந்த விஷயம். இந்தத்
தொடரின் துவக்கத்தில் அதை அறிந்துகொள்ளக்
கூடிய வழிமுறைகள்
சொல்லப்பட்டிருக்கின்றன. அதனால், தொழில்
வாய்ப்புகளாக சொல்லப்பட்டவற்றை
அடையாளம் காட்டப்பட்டவையாகப்

புரிந்துகொண்டு நீங்கள் அவற்றில் ஒன்றைத் தேர்ந்தெடுத்து உங்கள் திறமை, தகுதிகளுடன் பொருத்திப்பார்த்து உங்கள் உள்மனக் கட்டளைகளுக்கேற்ப முடிவு செய்ய வேண்டும். மாவட்ட தொழில் மையத்தில் புராஜெக்ட் ரிப்போர்ட் கொடுத்தார்கள், வங்கியில் கடன் கொடுத்தார்கள். ஆனால், இந்தத் தொழிலில் இத்தனை பிரச்சினை இருப்பது தெரியாது. தெரிந்திருந்தால், துவக்கியே இருக்கமாட்டேன் என்று சொல்லும் பல இளைஞர்களையும் சந்திக்கிறோம். யாரும் சொல்லாமல், நிறுவனங்களின் உதவிகள் இல்லாமல் வாய்ப்புகள் இருப்பதை தாங்களே கண்டுபிடித்து அதை தங்கள் வசமாக்கிக்கொண்டவர்கள் ஜெயித்திருக்கிறார்கள். அவர்களில் சிலரை இங்கே சந்திப்போம்.

கடந்த 10 ஆண்டுகளுக்கு முன்வரை பெண்களுக்கு சுயதொழில் என்றால் தையல், ஊறுகாய், அப்பளம், வடகம், சாம்பார் பொடி என்றுதான் கருதப்பட்டு வந்தது. இன்றும் இது ஒரு நல்ல தொழில் வாய்ப்புதான் என்பது உண்மையானாலும் பெண்களுக்கான தொழில் வாய்ப்புகளின் எல்லைகள் விரிந்துகொண்டே இருப்பதும் அதைப் பலர் உணராதிருப்பதும்தான் உண்மை. தன்னைப் பாதித்த ஒரு பிரச்சினையில் ஒரு தொழில்வாய்ப்பைக் கண்டுபிடித்தவர் சுபாஷிணி. இவர் ஒரு சாஃப்ட்வேர் என்ஜினியர். ஒரு பெரிய நிறுவனத்தில் சில காலம் அமெரிக்காவிலும் பணிபுரிந்த பின்னர் இந்தியா திரும்பி, பணியைத் தொடர்ந்தார். திருமணமாகி

முதல் குழந்தை பிறந்திருந்த சமயத்தில், இவரால் முழுவேகத்தில் தன் அலுவலகப் பணிகளைச் செய்ய முடியவில்லை. சில ஆண்டுகள் பிரேக்கிற்குப் பின்னர் தொடரலாம் என்ற எண்ணத்தில் பணியை ராஜினாமா செய்கிறார். குழந்தை வளர்ப்பு முழு பணியாகிறது. குடும்பத்தினர் எவரும் உடன் இல்லாததால், தானே குழந்தை வளர்ப்பில் பல விஷயங்களைக் கற்றுக் கொள்கிறார். ஓராண்டுக்குப் பின்னர் தனது சாஃப்ட்வேர் பணிக்குத் திரும்பும் முன், தன் குழந்தையைப் பாதுகாப்பாக விட்டுச்செல்ல ஒரு நல்ல காப்பகத்தைத் தேடுகிறார். வீடு புறநகர்ப் பகுதியில். அது நடுத்தரத் தரத்திற்கும் மேற்பட்ட வர்க்கத்தினர் வாழும் பகுதியாக இருந்தாலும் நல்ல குழந்தைகள் காப்பகம் இல்லை. சற்றுத்தள்ளி இருப்பது மிகப் பிரமாதமாக

விளம்பரம் செய்யப்பட்டுக் கொண்டிருந்த
ஒன்று சுகாதாரமற்ற நிலையிலும், தகுந்த
பணியாளர்கள் இல்லாத நிலையிலும்
இருப்பதைப் பார்த்து அதிர்ச்சி அடைந்தார்.
இரண்டு நாட்களில், நல்ல குழந்தைகள்
காப்பகம் இல்லாதது மட்டுமில்லை,
தன்னைப்போல் அவதிப்படுபவர்கள் அந்தப்
பகுதியிலிருப்பதையும் கண்டுபிடித்தார்.
அடுத்துச் செய்த காரியம்தான்
ஆச்சரியப்படுத்துகிறது. தானே ஒரு
காப்பகத்தைத்துவக்கி நடத்துவது என்பதுதான்
அந்த முடிவு. தான் வசிக்கும் பல
மாடிக்கட்டிடத்தின் அருகிலேயே ஒரு வீட்டை
வாடகைக்கு எடுத்து காப்பகத்தைத் துவக்கினார்.
அவரது கணவர் ஒரு எம்.பி.ஏ. ஒரு பெரிய
நிறுவனத்தில் பொறுப்புகள் மிக்க மேல்மட்ட
அதிகாரி. அவர் மனைவியின் முயற்சியை

ஆதரித்தது மட்டுமல்லாமல், டிப்ஸ்களும் எந்தக் கட்டம்வரை முயற்சியைத் தொடரலாம் என்பதையும் எப்போது கைவிடலாம் என்பதையும் சொன்னார். முதல் நாளிலிருந்தே இந்தக் காப்பகத்தை, வழக்கமாகச் செய்வதிலிருந்து மாறுதலாக, புதுமையாகச் செய்வது எப்படி என்று சிந்தித்துக் கொண்டிருந்தார் சுபாஷிணி. காப்பகத்திற்கு அவர் வைத்த பெயர், அம்மா வீடு. பெயர்ப்பலகையிலும் லெட்டர்பேடிலும் பெயருடன் காணப்பட்ட படம், தன் இடுப்பில் சிரிக்கும் குழந்தையை வைத்திருக்கும் கண்ணாடி அணிந்த கொண்டையிட்ட சற்றே வயதான பெண்மணி. பார்க்கும் எந்தத் தாய்க்கும் அவரின் அம்மாவின் நினைவு வரும். எந்த இளம் தாய்க்கும் அவரது தாயிடம் தன் குழந்தை வளர்வது என்பது போன்ற

எண்ணத்தைத் தோற்றுவிக்கும் படம். தான் துவக்கியிருக்கும் காப்பகத்தைப் பற்றியும் அதை ஓர் இளம் தாயான, தானே நிர்வகிக்கப்போவது பற்றியும் அந்தப் பகுதியிலிருக்கும். அலுவலகங்களின் ஹெச்ஆர்களுக்கு கடிதம் அனுப்புகிறார்.

காப்பகத்தின் உள் அலங்காரத்தை சின்னச் சின்னக் குழந்தைகளைக் கவரும் விதமாக கார்ட்டுன் படங்களுடன் அமைக்கிறார். சீருடை, கையுறைகள் அணிந்த பணிப்பெண்கள், சுத்தமான வசதியான எவருக்கும் நம்பிக்கையைக்கொடுக்கும் சூழல் சிறுகுழந்தைகள் பயன்படுத்தும் வகையில் சிறிய டாய்லெட், குறைவான உயரத்தில் வாஷ்பேசின், வீடியோ, மியூசிக் என வசதிகள்.

சேர்க்கப்படும் குழந்தைகளை, தானே போட்டோ எடுத்து ஓர் அடையாள அட்டைக் கொடுக்கிறார். அதை, சின்னஞ்சிறு குழந்தைகள் காப்பகத்திற்கு வரும்போதும், போகும்போதும் மட்டும் அணிந்தால் பேதும். உள்ளே வந்ததும் அந்த அட்டை போர்டில் மாட்டப்பட்டு, அங்கிருக்கும் அந்தக் குழந்தையின் செல்லப் பெயர் முதுகுப் பகுதியில் பெரிதாக எழுதப்பட்ட அழகான சின்ன மேல்கோட் எடுத்து, அந்தக் குழந்தைக்கு அணிவிக்கப்படுகிறது. உதவியாளர்களும் மற்றவர்களும் அதைப் பார்த்து குழந்தையைப் பெயர் சொல்லித்தான் அழைக்க வேண்டும். குழந்தை வீடு திரும்பும்போது மீண்டும் அடையாள அட்டை. கோட், ஸ்டாண்டில் அட்டை இருந்த இடத்துக்கு மாறுகிறது. இதன் மூலம் எந்தக் குழந்தை வரவில்லை அல்லது

வீட்டுக்குப் போகவில்லை என்பதை எளிதாகக் கண்காணிக்கிறார் சுபாஷிணி. குழந்தைகளைச் சேர்த்துக்கொள்ளும்போதே பெற்றோர்களின் மற்றும் அந்தக் குழந்தைகளின் எல்லா விவரங்களும் கம்ப்யூட்டரில் பதிவு செய்திருப்பதால், அவ்வப்போது பெற்றோர்களுக்கு, ஆதித்யாவிற்கு நீங்கள் அனுப்பிய பால் ஆப்பம் பிடிக்கவில்லை என நினைக்கிறேன். மாற்றிப்பாருங்களேன். இன்று உங்கள் மகள் மலர்.அம்மா சொல்ல ஆரம்பித்திருக்கிறார். நீங்களும் அவருடன் பேச ஆரம்பியுங்கள் போன்ற விஷயங்களை இ மெயிலில் அனுப்புகிறார். மாதம் ஒரு முறை ஒரு குழந்தை மருத்துவர் வந்து, குழந்தைகளைப் பரிசோதிக்கிறார். ஓரிரு பணிப்பெண்களுடன் தரையில் பரப்பப்பட்ட பாய்களுடன் இருக்கும் காப்பகங்களையே அறிந்திருந்த பணிக்குச்

செல்லும் தாய்மார்களின் கவனம் இவரது, அம்மா வீட்டின் பக்கம் திரும்புகிறது. தங்கள் அரும்புகளை இதில் சேர்த்தவர்கள், அலுவலகத்தில் தோழிகளிடம் பெருமையாகச் சொல்லிக்கொள்ளும் விஷயமாகி, அதுவே விளம்பரமாகவும் ஆகிவிட்டது. துவக்கி, ஒராண்டே ஆன நிலையில் இப்போது இவர் காப்பகத்தில், போதிய இடமும் உதவியாளரும் இல்லாததால் புதிய குழந்தைகளை எடுத்துக்கொள்வதில்லை. கட்டணம் கூடுதலாக இருந்தாலும் தாய்மார்கள் ஆவலுடன் பதிவு செய்து காத்திருக்கிறார்கள். கவனியுங்கள். சுபாஷிணிக்கு இந்த வாய்ப்பை, வங்கிக் கருத்தரங்கமோ அல்லது மாவட்ட தொழிற்கழகமோ வாய்ப்பாக அறிவித்துச் சொல்லவில்லை. அவர் குழந்தை வளர்ப்புக்கலையை முறையாகப் படித்தவரும்

இல்லை. தன்னைப் பாதித்த விஷயத்திலிருக்கும் வாய்ப்பைக் கண்டுபிடித்து அதை தன் வசமாக்கிக் கொண்டிருப்பவர். கடைசியாக அவரைச் சந்தித்தபோது, “எனது மூன்று மாதச் சம்பளத்தை முதலீடாகச் செய்திருந்தேன். அதை இப்போது எடுத்துவிட்டேன். அதனால், அந்தப் பணத்தில் பக்கத்துப் பகுதியில், மீரா பாட்டி’ என்ற பெயரில் கிளை ஒன்றை துவக்கப் போகிறேன்” என்றார். சகோதரிகளே! யோசித்துப் பாருங்கள்... சுபாஷிணி செய்ததைப்போல் உங்களால் செய்ய முடியாதா? அவர் நிறையப் படித்தவர், வெளிநாடு அனுபவம், கணவர் ஆதரித்திருக்கிறார் என்றெல்லாம் சொல்லுகிறீர்களா? அப்படியானால், இந்த கேஸ் ஸ்டடியைப் பாருங்கள்.

நரசிம்மன் மத்திய அரசுப் பணியிலிருந்து ஓய்வு பெற்றவர். அவரது மனைவி, கடந்த தலைமுறை பெண்களைப்போல அதிகம் படிக்காதவர். எதிர்பார்த்தபடி ஓய்வுக்கால வாழ்க்கை, மகனின் குடும்பத்துடன் மகிழ்ச்சியாக அமையவில்லை. புறநகர்ப் பகுதியில் தன் பென்ஷனுக்குள் அமைத்துக் கொண்ட எளிய வாழ்க்கை. ஆனால், தளாராத தன்னம்பிக்கையுடன் ஒரு தொழில் துவக்கி, நடத்த விரும்பினார். அவர் அந்தப் பகுதியின் புறநகர் ரயில் நிலையத்தின் அருகில் வசிப்பவர். மாலை நேரங்களில் மூடப்படும் ஒரு தனியார் அலுவலகத்தின் வராண்டா பகுதியில் அவரும் அவர் மனைவியும் துவக்கியது ஒரு சப்பாத்திக் கடை. சப்பாத்திக் கடை என்றால், டிபன் சாப்பிடும் ஸ்டால் இல்லை. மாவைத் தயாரித்து அதைச் சப்பாத்திகளாக இட்டு, தயாரிக்கப்பட்ட

சப்பாத்திகள் ரயிலிலிருந்து இறங்கி வீட்டுக்குப் போகும்போது இதை வாங்கி, வீட்டுக்குக் கொண்டு போனால் சுட்டு சாப்பிட வேண்டியதுதான் என்ற ரெடிமேடு சப்பாத்திகள். ஆனால், மிக ஃப்ரஷ்ஷாக தயாரிக்கப்பட்டுத் தரப்படுகிறது. சப்பாத்திகளை இட்டு, தயாரிப்பவர் அவர் மனைவி. உதவிக்கு ஒரு பெண். முதல் மூன்று நாட்களுக்குள் ரயிலில் பயணிக்கும் பணிக்குச் செல்லும் பெண்கள் வழியாக பரவிய செய்தியால் கடையில் கூட்டம். இப்போது மறுநாளைக்குத் தேவையானதை பணம் கொடுத்து புக் செய்து கொள்கிறார்கள். ஏனென்றால், குறிப்பிட்ட நேரத்தோடு இவர்கள் தயாரிப்பை நிறுத்திவிடுவதால் எல்லோருக்கும் கிடைப்பதில்லை. சமீபத்தில் கவனித்த விஷயம், இப்போது தோல் சீவி நறுக்கிய

உருளைக் கிழங்கு, சீராக வெட்டப்பட்ட முட்டைக்கோஸ், ஆய்ந்தெடுக்கப்பட்ட காலிஃப்ளவர் என சப்ஜி செய்யத் தகுந்த காய்கறிகளையும் கவரிலிட்டு விற்கிறார். ஒரு பெரிய இடத்தை எடுத்து, மேலும் சிலரை வேலைக்கு வைத்துச் செய்யலாமே என்று கேட்டதற்கு அவர் சொன்ன பதில்:

"பணத்தோடு டென்ஷன்களும் அதிகமாகும். எனக்கு அது வேண்டாம். இவர் செய்யாமலிருந்தாலும் இந்த மாடலின் அடிப்படையில் (காப்பி அடித்து எனச் சொல்ல வேண்டாமே) நிச்சயமாக எல்லா ஸ்டேஷன்கள் அருகிலும் இதுபோல் வரத்தான் போகிறது. இப்போது சொல்லுங்கள்... வாய்ப்பை கண்டுபிடிக்க, அதை வசப்படுத்தி தொழிலில் ஜெயிக்க நிறையப் படித்த சாஃப்ட்வேர் என்ஜினியராகத்தான் இருக்க வேண்டுமா?

நிறைய சுபாஷிணிகளும், நரசிம்மன்களும் நமக்கு அருகில்தான் இருக்கிறார்கள். அவர்கள் கண்டுபிடித்ததைப்போல கண்டுபிடிக்க வாய்ப்புகளும் இதுவரைநம் கண்ணில் படாமல் இருக்கத்தான் செய்கின்றன. நீங்கள் செய்ய வேண்டியது எல்லாம், அதைக் கவனமாகத் தேடவேண்டியது மட்டுமே. ஏனென்றால், வாய்ப்புகளைதேடிக் கண்டுபிடித்து வசப்படுத்திக் கொண்டவர்கள்தான் ஜெயித்திருக்கிறார்கள். நீங்களும் ஜெயித்து அந்தப் பட்டியலில் சேர வேண்டாமா?

இன்று நண்பனில் எழுத வேண்டியது! :

கம்ப்யூட்டரிலிருக்கும் எந்தப் போட்டோவையும், படத்தையும் டீஷர்ட்டில் அச்சிடும் பிரிண்டர்கள் இப்போது இந்தியாவிலேயே தயாரிக்கப்படுவதாகவும் விலை குறைந்துவிட்டதாகவும் இன்று'டைம்ஸ் ஆஃப் இந்தியாவில் படித்தது பற்றி விவரங்கள் சேகரிக்கவேண்டும். ஜெகனுக்கு தெரிந்திருக்கும். போன் செய்ய வேண்டும். நமது ரெடிமேட் டிரஸ் கடையில் இதையும் அறிமுகப்படுத்த முடியுமா?

10 உதவப் போகும் உரிமங்கள்



சொந்தத் தொழில் செய்ய முனைவோர் தொழில், பெயர், இடம் போன்றவற்றை முடிவு செய்த பின்னர் செய்ய வேண்டிய முக்கியமான முதல் கட்டப் பணி தங்கள் தொழிலுக்கு வேண்டிய அனுமதிகள், உரிமங்கள், எண்கள் பற்றிய விவரங்கள். இவற்றைத் தொழில் அல்லது வியாபாரம் துவக்கும் முன்னரே செய்து முடித்து விட வேண்டும். முதலில் நீங்கள் செய்யப்போகும் தொழிலுக்கு நகராட்சி, பேரூராட்சி அலுவலகத்தின் அனுமதி தேவையா என்பதை அறிந்து விண்ணப்பிக்க வேண்டும். பெரும்பாலான நகரங்களில் இது மிகக் குறைந்த அளவு கட்டணத்தில் வழங்கப்படும். சில தொழில்களுக்கு விலக்குகளும் அளிக்கப்பட்டிருக்கின்றன. உரிமம் அவசியமானால் மனுச் செய்த பின்னர் நிர்வாக அதிகாரிகள் வந்து, இடத்தைப்

பரிசோதித்த பின்னரே வழங்குவார்கள். இம்மாதிரி உரிமங்களுக்குக் காலவரை உண்டு. அது பற்றிய விவரங்களை நீங்கள் அறிந்திருக்க வேண்டும். அடுத்தது நீங்கள் தொழில் அல்லது வியாபாரம் செய்யப்போகும் இடத்தின் மின் இணைப்பு. இது உங்கள் நிறுவனப் பெயரில் இருப்பது நல்லது. வாடகையிடமாக இருந்தால், கட்டிட உரிமையாளர் அனுமதியுடன் இதைச் செய்ய முடியும். இதற்குக் கட்டண விகிதம், வைப்புத் தொகை எல்லாம் மாறுபடும். ஆனாலும் இது மிக அவசியம். இதைத் தொடர்ந்து புதிய தொலைபேசியை உங்கள் நிறுவனத்தின் பெயரில் பதிவு செய்யுங்கள். இந்த செல்போன் யுகத்தில் ஏன் இணைப்பில் ஒரு போன் என்கிறீர்களா? உங்கள் தொழில் இருக்கும் இடம் எப்போதும் எங்கிருந்தும் எவராலும் எளிதில் தொடர்பு கொள்ளும்

நிலையில் இருக்க வேண்டும். அதற்கு இப்படி ஓர் இணைப்பு அவசியம். பி.எஸ் என்.எல்., இணைப்பாக இருப்பது நல்லது. ஏனெனில், பல அரசு நிறுவனங்கள், வங்கிகள் பிசினஸ் பில்களை உங்கள் விலாசச்சான்றாக இதை எளிதாக ஏற்கிறார்கள். தனியார் தொலைபேசி பில்களை எல்லா நிறுவனங்களும் அப்படி சான்றாக ஏற்பதில்லை. உங்கள் நிறுவனத்தின் பெயரில் ஒரு இமெயில் ஐ.டி. அவசியம். பெயரிலேயே கிடைக்காவிட்டால், கிட்டத்தட்ட அதைச் சொல்லும் பெயரைக் கண்டுபிடியுங்கள். இப்போது எளிதாக ஓர் இணையதளத்தைத் தேவையான பெயரில் துவக்கிக் கொள்ள முடியும். அந்த இணையதளத்துடன் இணைந்த ஒரு மெயில் ஐ.டி.யை உருவாக்கிக் கொள்ளலாம்.

பான் (PAN), டான் (IAN) போன்ற எண்களின் அவசியம் பற்றி புரிந்து கொள்ள வேண்டும் (PAN-Permanent Account Number) வரித்துறையினரிடம் பதிவு செய்து கொண்டு பெறப்படும் அடையாள எண். இது வருமானவரி கட்டும் தனிநபர் அல்லது நிறுவனங்களுக்குக் கட்டாயம்.

இன்னும் பிசினஸையே துவக்க வில்லையே, அதற்குள் எதற்கு இன்கம்டாக்ஸ் எல்லாம் எனக் குழம்பாதீர்கள். இது ஒரு கணக்கு எண். வரி செலுத்த வேண்டிய நேரத்தில் பயன்படுத்த வேண்டிய விஷயம், அதை இப்போது ஆரம்பிக்கிறீர்கள். என்னுடைய வருமானம் அந்த அளவு இருக்குமா எனத் தெரியாத நிலையில் இது அவசியமா? அதிகாரிகள்

எதாவது தொந்தரவு செய்வார்களா என்ற குழப்பங்கள் வேண்டாம். உங்களுக்கு வரிக்கட்டும் அளவிற்கு வருமானம் இல்லாத நிலையில், ஒரு பான் எண் இருந்து, அதன் மூலம் எதுவும் செலுத்தப் படவில்லையென்றாலும் தவறில்லை. ஆனால், இந்த ஆவணமும் எண்ணும் அவசியம். வரும் காலங்களில் முதலீடு, வங்கிக்கடன், பதிவுகள் இவற்றிற்கு சான்றாகக் கேட்கப்படும் முக்கிய ஆவணங்களில் இதுவும் ஒன்று. இதை எப்படி வாங்குவது? நீங்கள் வருமான வரித்துறை அலுவலகத்திற்குப் போக வேண்டாம். இதற்கு உதவுவதற்கு வருமான வரித்துறை யூனிட் டிரஸ்ட், முதலீட்டு நிறுவனங்கள் போன்றவர்களை ஏஜெண்ட்களாக நியமித்திருக்கிறார்கள். இவர்களிடம் அதற்கான படிவத்தைப் பூர்த்தி செய்து ஒரு

கலர்பாஸ்போர்ட் சைஸ் போட்டோவை உங்களுடைய அடையாளச் சான்றின் பிரதியுடன் கொடுத்தால் போதும். இதற்கு அரசு கட்டணமாக நிர்ணயித்துள்ள தொகை தொன்னூற்று நான்கு ரூபாய்தான். சிலர் சற்று கூடுதலாகக் கேட்பார்கள். இந்த பான் கார்டினை நீங்கள் விண்ணப்பித்த நாளிலிருந்து அதிகபட்சம் பதினைந்து நாட்களுக்குள் உங்கள் இருப்பிட முகவரிக்கு அனுப்பி வைப்பார்கள். முன்னதாக உங்களது மொபைல் எண்ணிற்கு குறுந்தகவல் (SMS) ஒன்றும் அனுப்பி வைப்பார்கள். அவ்வாறு குறுந்தகவல்கள் கிடைக்கவில்லை என்றால், உங்களுக்குக் கொடுக்கப்பட்டிருக்கும் அக்னாலட்ஜ்மெண்ட் நம்பரைக் கொண்டு, www.tn.tn.nsdl.com என்ற இணையதளத்தின் மூலமாகவும் உங்களது பான் கார்டின் நிலவரம் பற்றி தெரிந்துகொள்ளலாம்.

அடுத்தது, டான் (IAN). இந்த எண் எதற்கு என்பதற்கு முன் TDS பற்றி அறிந்து கொள்ள வேண்டும். ஒருவர் வருமானம் பெறும்போதே, அதற்கான வரியை அரசுக்குச் செலுத்தும் முறை இது. வருமானம் பெறுபவர், வருடக் கடைசியில் அரசுக்கு செலுத்துவதற்குப் பதிலாக அவ்வப்போது அந்த வருமானத்தைத் தருபவரே அரசின் சார்பாக அதைப் பிடித்தம் செய்து அரசுக்குச் செலுத்துகிறார். இன்னும் புரியும்படி சொல்லவேண்டுமானால், அரசின் வருமானவரித் துறையின் பணியை நீங்கள் பணம் பட்டுவாடா செய்யும்போதே பிடித்தம் செய்து, அரசுக்கு அனுப்பி உதவுகிறீர்கள். இதற்கு TAX DEDUCTION AT SOURCE. என்று பெயர் உங்கள் தரப்படும் சம்பளம், உங்கள் சப்ளையர்களுக்குதரவேண்டிய பணம் இவற்றில் வரிசெலுத்த வேண்டிய அளவிற்கு

மேல் இருந்தால், அதை நீங்கள் பிடித்தம் செய்து வருமானவரித்துறையின் கணக்கில் வங்கியில் செலுத்த வேண்டும். அப்படி அந்தக் கணக்கில் செலுத்த உங்களுக்குத் தரப்படும் அடையாளம் தான் TAN-tax deduction and collection account number. இதை நீங்கள் ஆன்லைனிலேயே மனுச்செய்து வாங்கிக் கொள்ளலாம் அல்லது PAN போல ஏஜெண்ட்கள் மூலமும் பெறலாம். நீங்கள் மனுச்செய்த 15 நாட்களுக்குள் இது கிடைக்கும். பிசினஸை துவக்கும் முன்னரே ஏன் சார் இந்த நம்பர்களும் நடைமுறைகளும் என்று அலுத்துக் கொள்ளாதீர்கள். இவை சட்டப்பூர்வமாக செய்யப்பட வேண்டியவை. அவசியமான போது கைகொடுக்கும் ஆயுதங்கள். இதெல்லாம் வேண்டாம், இன்கம்டாக்ஸ்காரரர்கள் தொந்தரவு செய்வார்கள், முதல் சில ஆண்டுகளுக்கு வரி ஒன்றும் கட்டவேண்டாமே என்று இலவச

அட்வைஸ் கொடுப்பவர்களை
காயப்படுத்தாமல் ஒதுக்கிவிடுங்கள். எதையும்
சரியாக சட்ட விதிகளுக்கு உட்பட்டுச் செய்ய
வேண்டும் என்பதைக் குறிக்கோளாகவே
கொண்டு பிசினஸை நடத்துங்கள். இன்று
நடைமுறைகள் மிக
எளிதாக்கப்பட்டிருக்கின்றன. சந்தேகங்களை
நிவர்த்தி செய்துகொள்ள சம்பந்தப்பட்ட
இணையதளங்களைப் பாருங்கள். அதில்
அடிக்கடி கேட்கப்படும் கேள்விகள் என்ற
பகுதியில் உங்கள் கேள்வியும் அதற்கான
பதிலும் இருக்கும். இல்லாவிட்டால்,
அவர்களிடம் நேரடியாக ஒரு மெயில் அனுப்பிக்
கேளுங்கள். உடனடியாக மெயிலில் பதில்
அனுப்புவார்கள். இதற்கென தனி அலுவலர்கள்
இருக்கிறார்கள். வருமானவரி விஷயங்கள்
எண்களுக்கான பதிவுகள் போன்ற

விவரங்களுக்கு என்ற தளத்தை பார்வையிடவும்
அரசாங்கத்துறைத் தளமா என்
ஆச்சரியப்படுவீர்கள். அந்த அளவிற்கு எளிதாக
எல்லா விவரங்களையும் பார்க்கும்படி
வடிவமைத்திருக்கிறார்கள். அடுத்தது,
நிறுவனத்திற்கான வங்கிக் கணக்குகள் துவக்கத்
தேவையான ஆவணங்கள். இது உங்கள்
நிறுவனத்தின் கட்டமைப்பான
புரொப்ரைட்டர்ஷிப், பார்ட்னர்ஷிப், பிரைவேட்
லிமிடெட் கம்பெனி போன்றவற்றைப்
பொறுத்து அமையக்கூடியது.
பங்குதாரர்முறையென்றால், அந்த ஒப்பந்தம்
பதிவு ரிஜிஸ்டிராரிடம் பதிவு
செய்யப்பட்டிருக்க வேண்டும். இது கட்டாயம்
இல்லை என்பது உண்மையானாலும்
வங்கிகளில் கடன் வாங்க இது அவசியமாக
இருப்பதால், அவர்கள் கணக்கை

துவக்கும்போதே இதை வலியுறுத்துவார்கள். இதில் தொழிலை யார் நிர்வகித்து இயக்கப் போகிறார்கள் என்பது பற்றிய விவரங்கள் தெளிவாக இருக்க வேண்டும். வங்கிக் கணக்கை கையாள மற்ற பார்ட்னர்களால் தரப்படும் அனுமதிக் கடிதம் இதன் அடிப்படையில் அமைகிறதா என்பதை வங்கி கவனிக்கும். இதையெல்லாம்

பார்ட்னர்ஷிப் டிட் எனப்படும் ஒப்பந்தம் தயாரிக்கும்போதே முடிவு செய்யப்பட்டிருக்க வேண்டும். விட்டுப் போயிருந்தால், இப்போது சரி செய்த பின்னர் வங்கிக் கணக்கிற்கான முயற்சிகளைச் செய்யவேண்டும். உங்களுடையது பிரைவேட் லிமிடெட் கம்பெனியாக இருந்தால், சர்டிஃபிகேட் ஆஃப்

இன்கார்ப்பரேஷன் என்ற ஆவணத்தின் நகலை வங்கிக்குச் சமர்ப்பிக்க வேண்டும். இதை நீங்கள் ரிஜிஸ்டிரார் ஆஃப் கம்பெனி அலுவலகத்திற்கு மனுச்செய்து பெற்றிருக்க வேண்டும். ஒரு கம்பெனியை பதிவுசெய்ய முதலில் நீங்கள் விரும்பும் பெயர்களுடன் மனுச்செய்து, அந்தப் பெயர் ஏற்கப்பட்ட அனுமதிக்கடிதம் கிடைத்ததும் மெமோரெண்டம் ஆஃப் அசோசியேஷன் (மெயின் பிசினஸ் மற்றும் அதன் தொடர்புடைய பிசினஸ் பற்றிய விவரங்கள்), ஆர்டிகிள்ஸ் ஆஃப் அசோசியேஷன் (கம்பெனி இயங்கும் விதம்பின்பற்ற வேண்டிய விதிமுறைகள் போன்றவை) ரிஜிஸ்டிரார் ஆஃப் கம்பெனிஸ் அலுவலகத்தில் கொடுத்து, உரிய கட்டணத்தைக் கட்டி, ஒப்புதல் வாங்க வேண்டும். செய்யும் முதலீட்டுக்குத் தகுந்தாற்போல் இந்தக்

கட்டணம் மாறுபடும். ஆவணங்கள் சரிபார்க்கப்பட்டபின்னர், உங்களுக்கு சர்டிஃபிகேட் ஆஃப் இன்கார்ப்பரேஷன் வழங்கப்படும். இந்த ஆவணம் தான் உங்களுடைய கம்பெனியின் பிறப்புச் சான்றிதழ். இதைத்தான் வங்கிக் கணக்கை துவக்கும்போது கேட்பார்கள். அவசியமான பதிவுகள், உரிமங்கள் போன்றவற்றையும் வங்கிக் கணக்கு துவக்குவது போன்ற வேலைகளையும் தொழிலை நீங்கள் துவக்கத் திட்டமிட்டிருக்கும் நாளுக்கு ஒரு மாதம் முன்னதாகவே செய்யத் துவங்க வேண்டும். அப்படிச் செய்வதின் மூலம் உங்கள் பிசினஸை முதல் நாளிலிருந்தே இவற்றிற்காக நேரம் ஒதுக்காமல் கவனமாக செய்ய முடியும். நாம் துவக்கியிருக்கும் தொழிலின் வெற்றியில் மிகப்பெரிய பங்கு, அதைச் செய்யும்

பணியாளர்களிடம்தான் இருக்கிறது. அவர்களை எப்படித் தேர்வு செய்வது, எப்படி நிர்வகிப்பது?

இன்று நண்பனில்
எழுதவேண்டியது!

பிசினஸ் அக்கவுண்ட்டை எந்த வங்கியில் ஆரம்பிப்பது என்பதை முடிவு செய்ய வேண்டும். சரஸ்வதி மேடத்திற்கு நிறைய பாங்க் மேனேஜர்களைத் தெரியும். அவரிடம் நாளை பேசி, யாரையாவது அறிமுகப்படுத்தச் சொல்ல வேண்டும்.

11 உங்கள் டீமை எப்படி உருவாக்க போகிறீர்கள் ?



எந்தப் புது தொழில்முனைவோருக்கும் சவாலான ஒரு விஷயம், அவர்களுக்கு உகந்த பணியாளர்களை தேர்ந்தெடுப்பது எப்படி என்பதுதான். இது பொறுப்பாகக் கையாள வேண்டிய ஓர் விஷயம். அதுவும் ஜெயிக்கப் போகிற உங்களுக்குத் தொழில் அல்லது வியாபாரத்தின் துவக்கத்திலேயே மிகக் கவனமாகக் கையாளத் தெரிந்திருக்க வேண்டிய விஷயம். செய்யப்போகும் தொழிலின் பெயர், இடம், முதலீடு இவை முடிவான உடனேயே இதற்கான முயற்சிகளையும் நீங்கள் துவக்க வேண்டும். முதலில் இந்த அடிப்படையான விஷயங்களை முடிவு செய்து பட்டியலிட்டுக் கொள்ளுங்கள்.

1) நீங்கள் தேர்ந்தெடுக்கும் தொழிலாளர்கள் செய்யப்போகும் பணிகளைப் பற்றி முழுவதுமாக உங்களுக்குத் தெரியுமா?

2) உங்களுடன், நிறுவனத்தில் முதல் கட்டமாக பணி செய்ய எத்தனைப் பேர் என்ன மாதிரி தகுதிகளுடன் தேவையாக இருக்கும்?

3) அவர்களுக்குத் தரப்போகும் ஊதியங்கள், சலுகைகள் பற்றிய விவரங்கள்.

4) எந்த அடிப்படையில் பணியாளர்கள் (ஒப்பந்தப்பணியாளர்களாவா? நிறுவன நிரந்தர

ஊழியர்களாகவா?) தேர்வு செய்யப்பட வேண்டும்.

5) செய்யப்போகும் தொழிலில் நடைமுறையிலிருக்கும் அந்தத் தொழிலாளர்கள் பற்றிய சட்ட விதிமுறைகள்.

6) எந்த முறையில் இவர்களைத் தேர்வு செய்யப் போகிறீர்கள்? இவற்றை மிகக் கவனமாக ஆராய்ந்து, பட்டியல் இடுங்கள். ஏனெனில், இதுதான் நீங்கள் துவக்கப்போகும் தொழிலின் அல்லது வியாபாரத்தின் மனிதவள நிர்வாகத்திற்கான அடிப்படைக் கொள்கைகள். பல தொழில் முனைவர்கள் இந்த விஷயத்திற்கு முக்கியத்துவம் கொடுக்காமல், சரியான நபரைச்

சரியான நேரத்தில் தேர்ந்தெடுக்காமல் தொழிலைத் துவக்கிய பின்னர் பிரச்சினைகளை சந்தித்திருக்கிறார்கள். இப்போது பட்டியலிட்டிருக்கும் விஷயங்களை எப்படி அணுகுவது என்பதைப் பார்ப்போம். முதலில் உங்கள் தொழிலின்எல்லாப்பிரிவுகளிலும் நீங்கள் நேரிடையாகப் பணியாற்றி அதைப் புரிந்துகொள்ள வேண்டும். இது அந்தப் பிரிவுக்குத் தேவையான சரியான நபரைத் தேர்ந்தெடுக்க உதவும். நீங்கள் முழுநேரமும் உங்கள் தொழிலில் அல்லது வியாபாரத்தில் முதல் மூன்று ஆண்டுகள் பணியாற்ற முடிவு செய்ய வேண்டும். இந்த முடிவுக்குப் பின்னால் உங்களது உழைப்பும் தியாகங்களும் அதிகம் இருக்கப்போகின்றன என்பதை நீங்கள் தெளிவாக உணர்ந்திருக்க வேண்டும்.

இதற்காக உங்கள் பழக்க வழக்கங்கள், வாழ்க்கை முறை, ஓய்வு நேரம், உணவுப் பழக்கங்கள் எல்லாவற்றையுமே மாற்றியமைத்துக் கொள்ள வேண்டிய கட்டாயத்திலிருப்பீர்கள். தங்கள் தொழிலில் ஜெயித்தவர்கள் இதையெல்லாம் செய்து காட்டியிருக்கிறார்கள். நீங்களே நேரடிப் பொறுப்பெடுத்து நிர்வகிக்கப் போவதால், தேவையானவர்களை நீங்களே தேர்ந்தெடுக்க வேண்டும்.

அடுத்ததாக, பட்டியலில் இருப்பது நபர்களின் எண்ணிக்கை. இது உங்கள் தொழிலின் அளவை (Size) பொறுத்த விஷயம். ஆனால், முதல் கட்டமாக உங்கள் தேவை என்ன என்பதில் ஒரு தெளிவு இருப்பது மிக அவசியம். அதைப்போல

உங்கள் பிசினஸ் பிளான்படி எது இரண்டாவது கட்டம் ? அப்போது எத்தனைப் பேர் என்பதும் இந்தக் கட்டத்திலேயே தீர்மானிக்கப்பட வேண்டும். சில நிறுவனங்களில் எப்போதும் ஆட்கள் சேர்க்கப்பட்டுக் கொண்டும் விலகிக் கொண்டும் இருப்பார்கள். இது, நல்ல வளரும் ஒரு நிறுவனத்தின் அறிகுறி இல்லை என்பது பரவலான கருத்து. அடுத்து, தேர்ந்தெடுக்கப்பட வேண்டியவர்களின் தகுதிகள். உங்கள் தொழிலுக்குத் தேவையான அடிப்படை அறிவு அவசியம். முக்கியமாக ஆங்கிலம் படிக்க, எழுதத் தெரிந்திருப்பது அவசியம். இன்றைய சூழலில் இது மிகக் குறைந்தபட்சத் தகுதியாகி விட்டது. கல்வித் தகுதிகளைத் தாண்டிய அடிப்படைத் தகுதி ஆர்வமும், முன்னேற வேண்டும் என்கிற துடிப்பும்தான்.

மூன்றாவது, ஊதியம். இதற்கு உங்கள் பகுதியில் நடைமுறையில் இருக்கும் தொழிலாளர் ஊதிய விவரம் முழுவதுமாக தெரிந்திருக்கவேண்டும். இதற்கான சர்வேக்களைச் செய்து, அந்த விவரங்கள் உங்களிடம் இருக்க வேண்டும். இதுதான் நீங்கள்தரப் போகும் ஊதியத்தை நிர்ணயிக்கப்போகும் அளவுகோல். பெரும்பாலான சமயங்களில் தேர்ந்தெடுத்த தொழிலாளர்கள் வேலையில் சேராமலிருப்பதற்கு இது ஒரு முக்கியக் காரணம். ஆனால், இதை அவர்கள் காரணமாக சொல்வதில்லை. தனக்குச் சம்பளம் தரப்போகும் நிறுவனத்திற்கு மார்க்கெட் நிலவரம் தெரிந்திருக்க வேண்டும் என அவர்கள் எண்ணியிருந்தால் அது தவறு இல்லையே?

அடுத்தது, தொழிலாளர்களைப் பணியில் அமர்த்தப்போகும் முறை.
தேர்ந்தெடுத்தவர்களை பயிற்சிக்காலத்திற்குப் பின்னர் நிரந்தரப் பணியில் அமர்த்திக்கொள்வது என்பது பரவலாக பலர் அறிந்தமுறை.
இப்போது திறன் பெற்ற தொழிலாளிகள் (skilled), உற்பத்தி இலக்கு என்ற ஒப்பந்த அடிப்படையில் சேர்த்துக் கொள்ளப்படுகிறார்கள். இயந்திர சாதனங்கள். உதிரிப்பாகங்கள், ஆடை தயாரிப்பு உற்பத்தியில் இந்த நடைமுறை பரவலாகிக் கொண்டிருக்கிறது. உங்கள் தொழில் இவ்வகையைச் சேர்ந்ததாக இருந்தால், இதை நீங்களும் முயற்சிக்கலாம்.

நீங்கள் செய்யப்போகும் தொழிலின் தொழிலாளர்கள் பற்றிய சட்ட விதிமுறைகளை தெளிவாகப் புரிந்துகொள்ளுங்கள். முதல் கட்டங்களில் எந்த அளவிற்கு அந்த சட்டப்பிரிவுகளிலிருந்து விலக்கு அளிக்கப்பட்டிருக்கிறதோ, அந்த அளவிற்கேற்ப உங்கள் திட்டங்களை அமைத்துக்கொள்ளவேண்டும். இன்றைக்கு அத்துணை விதிமுறைகளும் புத்தக வடிவில் கிடைக்கின்றன. இணையதளங்களில் தெளிவாக சொல்லப்பட்டிருக்கின்றன. இறுதியாக, தேவையானவர்களை எப்படி தேர்ந்தெடுக்கப் போகிறீர்கள்? துவக்கக் கட்டங்களில் விளம்பரம் செய்து, தேர்வு செய்யவேண்டிய அவசியம் இல்லை. காரணம், உங்கள் தேவைகள் மிகச்சிறிய அளவிலேயே இருக்கும். ஆனால், சரியான நபர் அவசியம். இதை எப்படிச்

செய்வது? நாம் தேர்ந்தெடுக்கப் போகிறவர்கள் நம்முடைய ஊழியர்கள் என்பதைத் தாண்டி, நம்முடன் இணைந்து பணியாற்றப்போகும் ஒரு குழுவின் உறுப்பினர்கள் என்ற எண்ணம் மேலோங்கி இருக்கவேண்டும். ஜெயிக்கப் போகும் ஒரு தொழில் முனைபவருக்கு வேண்டிய திறமைகளில் ஒன்று, சந்திப்பவர்களின் நடவடிக்கைகளை அவர் அறியாது கூர்ந்து கவனிக்கும் ஆற்றல். நீங்கள் துவக்கப்போவது புதிய தொழில் முயற்சி. அதில் பணி செய்ய மிகத் திறமை வாய்ந்த, தகுதியான நபர்கள் தேடி வரமாட்டார்கள். முதல் ஆண்டு நீங்கள்தான் அவர்களை தேடிக் கண்டுபிடிக்கும் நிலையில் இருப்பீர்கள். தொழிலில் திறமை, நாணயம், ஆர்வம் இத்தனையும் இருக்கும் சிலரை தேடிக்கண்டுபிடிப்பது எளிதான காரியம் இல்லை. ஆனால், முடியாதது என்பதில்லை.

சரியான நபரைக் கண்டறியும் நடவடிக்கையின் மூலம் நீங்களே உங்களைப் பற்றி மேலும் தெரிந்துகொள்வீர்கள். உங்கள் தொழில் துவக்கும் முயற்சிகளில் பல இடங்களுக்குப்போகும், பலரைச்சந்திக்கும் வாய்ப்புகள் தினசரி இருக்கும். அந்தக் கட்டத்திலேயே இந்தத் தேர்வை உங்கள் கூரிய பார்வையில் கண்டுபிடிக்க முயற்சி செய்யுங்கள். பல இடங்களில் துடிப்பான இளைஞர்கள் தாங்கள் செய்துகொண்டிருக்கும் பணிகளிலிருந்து மாறி, சரியான வாய்ப்புக்காகக் காத்திருக்கிறார்கள். உங்கள் தேவையும் அவர்கள் எதிர்பார்ப்பும் சந்திக்கும் தருணங்களை நீங்கள்தான் உருவாக்கவேண்டும். அம்மாதிரியான இளைஞர்களைச் சந்திக்கும்போது, அவர்களது பணியை ஒருசில வார்த்தைகள் பாராட்டி, உங்களுடன்

தொடர்பிலிருக்கச் சொல்லுங்கள். ஆர்வத்துடன் இருப்பவர்கள் நிச்சயம் உங்களைத் தொடர்பு கொள்வார்கள். இம்மாதிரி தொடர்பு கொள்ளக்கூடியவர்களைக் கொண்ட ஒரு பட்டியல் தயாரித்துக்கொள்ளுங்கள். அதைப்போலப் பயிற்சி நிலையங்களுடன் தொடர்பில் இருங்கள்.

நீங்கள் துவக்கப்போவது ஒரு சிறிய லேத் ஒர்க் ஷாப் என்றால், அருகில் இருக்கும் தனியார் தொழிற்பயிற்சி நிலையம், அரசு பாலிடெக்னிக் போன்ற பயிற்சிக் கூடங்களின் பேராசிரியர்களிடம் பேசிக்கொண்டிருங்கள். கேம்பஸ் செலக்ஷன் போன்ற பெரிய விஷயங்களாக கற்பனை செய்துகொள்ள வேண்டாம். உங்களுக்குத் தேவையானவர்கள் மிகச்சிலர் மட்டுமே. நல்ல மாணவர்களுக்கு

உதவ விரும்பும் எந்த ஆசிரியரும் அவர் பார்வையில் தகுந்தவராகக் காணப்படுபவரை அனுப்புவார். இந்த முயற்சிகளை நீங்கள் உங்கள் தொழிலைத் துவக்கத் திட்டமிட்டிருக்கும் நாளுக்கு இரண்டு மாதங்கள் முன்னதாகவே செய்யத் துவக்க வேண்டும். பலர் செய்வதைப்போல போர்டு போட்டு, தொழிலைத் துவக்கிய பின், ஆட்களைத் தேடிக்கொண்டிருக்கக் கூடாது. மனிதவள மேலாண்மை என்பது, ஒரு தொழிலின்வளர்ச்சியில் மிகமிகப் பெரிய பங்களிக்கிறது. இது 10 உறுப்பினர்கள் இருக்கும் நிறுவனத்திற்கும் பல ஆயிரக்கணக்கான தொழிலாளிகள் இருக்கும் தொழிற்சாலைகளுக்கும் பொருந்தும் ஒரு விஷயம். ஒரு தொழிலாளி, தான் பணி செய்யும் நிறுவனத்திடமிருந்து எதிர்பார்ப்பது வெறும்

சம்பளம் மட்டுமில்லை. தான் நன்றாக நடத்தப்படுவோம், தனது திறன்கள் மதிக்கப்படவேண்டும் என்பதையும்தான். துவக்கிய தொழிலில் ஜெயிக்கப்போகும் நீங்கள் இதை நன்கு உணர்ந்திருக்க வேண்டும். உங்கள் தொழிலாளிகள் மிகச் சிறிய குழுவினராக இருந்தாலும் இந்த நம்பிக்கையை அவர்களுக்கு நீங்கள் அளிக்கவேண்டும்.

தொழிலாளர்களையும் ஊழியர்களையும் தேர்ந்தெடுத்த பின்னர், அவர்களை நிர்வகிப்பதில் முதல் கட்டம், அவர்களுக்குத் தகுந்த பயிற்சி அளிப்பது. இதற்கு நீங்கள், உங்களை சிறப்பாக தயாரித்துக் கொள்ள வேண்டும். ஏனெனில், உங்களுக்கே உங்கள் தொழில் புதிய அனுபவமாக இருக்கப் போகிறது. ஆனாலும் நம்பிக்கையுடன் துவக்குங்கள். தலைமைப் பண்பு என்பது ஒரே

இரவில் உருவாகும் விஷயம் இல்லை என்பது உண்மையானாலும் அதற்கான மனநிலை உங்களுக்கு ஒரு நாளில்தான் உருவாகியிருக்கிறது. நீங்கள் அதனால்தான் ஒரு தொழில்முனைவராக முடிவெடுத்திருக்கிறீர்கள் என்பதை நினைவுபடுத்திக் கொள்ளுங்கள். நீங்கள், உங்கள் ஊழியர்களிடமிருந்து என்ன எதிர்பார்க்கிறீர்கள் என்பதைப் பற்றி அவர்களுக்கு தெளிவாகச் சொல்ல, அவர்களுக்குத் தரவேண்டிய பயிற்சிகள் பற்றிய விவரங்களுடன் உங்களைத் தயாரித்துக் கொள்ளுங்கள். இம்மாதிரி பயிற்சிகளை அளிக்க, சில பயிற்சி நிறுவனங்கள் இருக்கின்றன. ஆனால், தொழிலைத் துவக்கியிருக்கும் காலகட்டத்தில் இதை நீங்களே நேரிடையாகச் செய்வது நல்லது. இங்கு ஊழியர்களுக்குப் பயிற்சி என்பது முழுக்க

முழுக்க உங்கள் நிறுவனத்தின் தொழில் தேவைகள் மட்டுமில்லை. பணியாளர்களுடைய பொது அறிவுத் திறன், செயல் முறை, வாடிக்கையாளர்களைக் கவரும் முறை, பிரச்சினைகளை அணுகும் முறை போன்ற விஷயங்கள். இவை உங்கள் நிறுவனத்தில் எப்படி அமைய வேண்டும் என நீங்கள் விரும்புகிறீர்களோ, அதை அவர்களுக்குப் புரிய வைக்க வேண்டும்.

“வணக்கம்! இன்றைய நாள் ஒரு இனிய நாளாக இருக்கட்டும். உங்கள் காரின் சர்வீஸ் இந்த வாரத்தில் செய்யப்படவேண்டும். எந்த நாள் வசதியாக இருக்கும் என்று சொல்ல முடியுமா? கனிவான இந்தத் தமிழ் வார்த்தைகள் ஒரு சிறுதொழில் முனைவருக்கு அதுவும் டெலிபோனில் வந்தது, ஒரு மிகப் பெரிய கார்

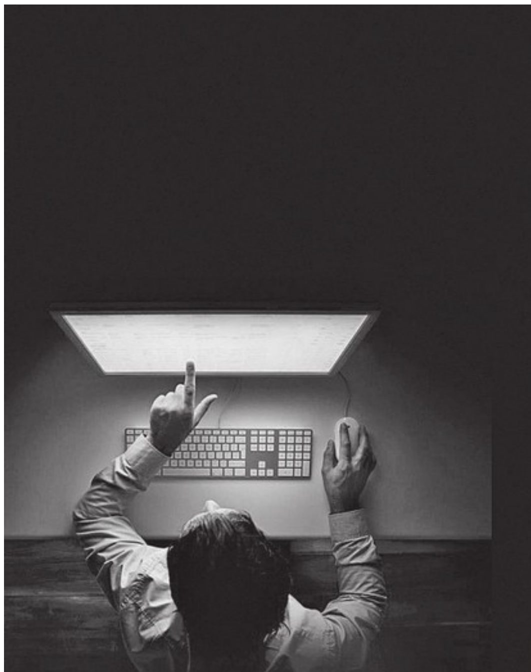
நிறுவனத்தின் அங்கீகாரம் பெற்ற ஒரு விற்பனை நிறுவனத்திடமிருந்து. அந்தப் போனுக்கு பதில் சொன்ன பின்னர், அவர் அந்த நிறுவன மேலாளரிடம், தமிழில் பேசுவது மகிழ்ச்சிதான். ஆனால், தமிழ் தெரியாத உங்கள் கஸ்டமர்களுக்கு கஷ்டமில்லையா? எனக் கேட்டபோது அவருக்குக் கிடைத்த பதில்: அவர்களிடம் ஆங்கிலம் அல்லது ஹிந்தியில்தான் கேட்பார்கள். எங்கள் கஸ்டமர்கள் பேசும் மொழி விவரம், கஸ்டமர் டேட்டாவில் இருக்கிறது' என்பதுதான். அந்த நிறுவன ஊழியர்களுக்கு அளிக்கப்பட்டிருக்கும் பயிற்சியை, அணுகுமுறையை, வாடிக்கையாளர்களைப் பட்டியலிடும் முறையைக் கவனியுங்கள். ஆங்கிலம் பேசினால்தான் மரியாதை என்பதை மாற்றுவதோடு, மற்றவர்களிடமிருந்து

மாறுதலாகவும் செய்ய விரும்பும் அந்த நிறுவனத்தின் ஊழியர்கள் அதற்குப் பயிற்சி அளிக்கப்பட்டிருக்கிறார்கள். இதைப்போல் மாறுதலான விஷயங்களைச் செய்ய உங்கள் நிறுவனத்தின் குழுவினரை நீங்கள் எப்படி உருவாக்கப் போகிறீர்கள்? என்பது பற்றி சிந்தித்து, குறிப்பில் பதிவு செய்துவிடுங்கள். அடுத்து உங்கள் நிறுவனக் கணக்குகளை எப்படி எளிதாகக் கையாள்வது என்பதைப் பற்றி விவாதிக்க வேண்டும்...

இன்று நண்பனில் எழுதவேண்டியது! :

வேலைக்கு நல்ல ஆட்கள் அமர்த்துவது பற்றி இன்று மெர்க் என்ற ஏஜென்சிக்காரரர்கள் சந்தித்துப் பேசினார்கள். தேர்ந்தெடுத்த, பயிற்சி அளிக்கப்பட்டவர்களைத் தரமுடியும் என்றும் அவர்கள் பணி திருப்தியில்லாவிட்டால், அவர்களுக்கு வேறு நபர்களை மாற்றிக் கொடுக்க முடியும் என்றும் சொல்கிறார்கள். இது நல்லதா? அவர்கள் கேட்கும் கட்டணம் சரியா என்று தெரியவில்லை. நிர்வாகிகளுக்குப் பயிற்சி தரும் திருமதி. ஜானகி ராஜன் அவர்களிடம் கேட்க வேண்டும்.

12 கணினியில் கணக்கெழுத கற்றுக் கொள்ளுங்கள்



இன்றைக்குத் தொழில் முனைவோர் அறிந்திருக்க வேண்டிய அவசியமான விஷயங்களில் கணினியைக் கையாளும் முறைகளும் ஒன்று. உங்கள் தொழில் அல்லது வியாபாரத்தின் கணக்குகளை மிக சீராகப் பராமரிக்க இது பெரிதும் உதவுகிறது. ஒரு நல்ல தொழில் நிறுவனம் அதன் கணக்கீடும் முறையிலிருந்துதான் துவங்குகிறது. தொழிலின் துவக்கக் கட்டத்திலேயே உங்களுக்குப் பற்று, வரவு, அதன் வகைகள், வருமானத்திற்கும் வரவிற்கும் உள்ள வேறுபாடு, செலவுகள், அதில் முதலீட்டுச் செலவு, நிர்வாகச் செலவு கேஷ் புக், கேஷ் ஃபுளோ, ட்ரையல் பேலன்ஸ், பேலன்ஸ் ஷீட் பார்ட்னர்களின் கரண்ட் அக்கவுண்ட் போன்ற விஷயங்களைப் பற்றிய தெளிவு

இருக்க வேண்டும். என்ன சார் இது? நான் என்ஜினியரிங் படித்தவன், ஒரு தொழிலை ஆரம்பிப்பதற்காக சார்ட்டட் அக்கவுண்ட்டாக முடியுமா என்று மிரண்டு போகவேண்டாம். கணக்குகளைப் பராமரிப்பதில் நீங்கள் எக்ஸ்பர்ட் ஆகவேண்டிய அவசியமில்லை. ஆனால், கணக்கிடும் முறைகளையும் அதன் அவசியங்களையும் பற்றிய சரியான அறிமுகம் இருப்பது அவசியம். காரணம், தொழிலோ அல்லது வியாபாரமோ உங்களுடையது. அதைச் செய்து ஜெயிக்கப்போகிறவர் நீங்கள். அதனால், அதை அறிந்துகொள்ள வேண்டியது அவசியம். பல ஆண்டுகளாகக் கணினி தொழில் நுட்பம் இதற்குக் கைகொடுக்கிறது. நீங்கள் இதைக் கற்றுக்கொள்ள வேண்டும். எனக்கு கம்ப்யூட்டரை கையாளத் தெரியாதே? இனி கற்றுக்கொள்ள முடியுமா என்ற கவலையில்

இறங்காமல் காரியத்தில் இறங்குங்கள். நீங்கள் கற்றுக்கொள்ளப்போவது ஒரு மென்பொருள் தயாரிப்பதை அல்ல. வசதிகள் நிறைந்த ஒரு கருவியை கையாளப் போகிறீர்கள். அது எப்படி என்பதை மட்டுமே நீங்கள் கற்கப் போகிறீர்கள். முதலில் உங்கள் நிறுவனத்திற்கு எத்தனை, எந்த மாதிரியான மென்பொருளுடன் கூடிய கம்ப்யூட்டர்கள் தேவை என்பதை முடிவுசெய்யவேண்டும். இதற்கு எல்லா விற்பனை நிறுவனங்களும், உங்கள் தேவைகளைச் சொன்னால் உதவுவார்கள். ஒன்றுக்கும் மேற்பட்ட விற்பனையாளரிடம் பேசி, விவரங்கள் அறிந்து, பின் முடிவுசெய்ய வேண்டிய விஷயம் இது.

எந்த வகை தொழிலாக இருந்தாலும் கணக்குகள் எழுத வேண்டியதும் அதைச் சரிபார்ப்பதும் அதை ஒரு தினசரி நடைமுறையாகச் செய்ய வேண்டியதும் மிகமிக அவசியம். கடைதனில் துங்கியவன் மட்டுமில்லை, கணக்குப் பார்க்காதவரும் முதலை இழப்பார்கள். நீங்கள் செய்த முதலீட்டிலிருந்து ஒவ்வொரு செலவும் கணக்கிடப்பட வேண்டும். கூடுமானவரை எல்லாவற்றையும் உங்கள் வங்கிக் கணக்கின் வழியே செக்குகள் மூலம்தான் செய்ய வேண்டும். இது வளரும் நிலையிலிருக்கும் உங்களுக்குப் பெரிதும் உதவும். வங்கிகளில் கடன் வாங்க முயற்சிக்கும்போது கேட்கப்படும் பல கேள்விகளுக்கு இந்தக் கணக்குகள் உதவும். அதுவும். அந்த வங்கியிலிருந்த கணக்கு

மூலமாகவே செய்திருப்பதால், உங்கள் பணி எளிதாகி விடும். கணினியில் கணக்குகளைக் கையாள இன்று பல விதமான சாஃப்ட்வேர்கள் கிடைக்கின்றன. முதல் கட்டத்திலிருக்கும் உங்களைப் போன்றவர்களுக்குத் தேவையானது எளிதாகக் கையாளக்கூடிய ஒரு சாஃப்ட்வேர். டேலி(*Tally*) என்ற மென்பொருள் இந்த வகையில் பலரால் சிபாரிசு செய்யப்படுகிறது. இது இப்போது தமிழிலும் கிடைக்கிறது. கணக்கிடுதலில் ஒரு செலவின் இனமும் பிரிவும் தெரிந்திருப்பது அவசியம். பின்னால் சரிசெய்து கொள்ளலாம் என்று ஒத்திப் போடக் கூடாது. உதாரணமாக உங்கள் நிறுவனத்திற்கு ஒரு ஃப்ரிஜ் வாங்குவதாக வைத்துக்கொளுங்கள். இது நிறுவனத்தின் சொத்தாகக் கணக்கிடப் பட வேண்டும். அதை வாங்கிய முதல் நாளிலிருந்தே செய்ய வேண்டும். அதன் விலை, அது

பாதுகாப்பாக இயங்க வாங்கிய சாதனங்கள், அதன் போக்குவரத்துச் செலவு அத்தனையும் உங்கள் முதலீட்டுக் கணக்கில் சேர்க்க வேண்டும். இந்த மாதிரி மென்பொருட்கள் இதற்கு உதவுகின்றன. செலவுக்கான வவுச்சரை தயாரிக்கும்போதே இந்த மென்பொருள் இதையும் செய்கிறது. அதற்கான ஆண்டுத் தேய்மானத்தையும் அதைக் கணக்கிடும் முறைகளையும் செய்துகொள்கிறது. ஆண்டு இறுதியில் பேலன்ஸ் ஷீட் தயாரிக்கும்போது, தயாராக இருக்கும் இந்த விவரங்கள் அதில் சேர்க்கப்படுகின்றன. இப்படி தினசரி ஒவ்வொரு வரவும் செலவும் தேவையான எல்லாக் கணக்குகளிலும் உடனுக்குடன் பதிவுசெய்யப்படுகின்றன. இதன் மூலம் எப்போது வேண்டுமானாலும் நிறுவனத்தின் நிதி நிலையை எளிதாக அறிய முடியும்.

இம்மாதிரி மென் பொருளைக் கையாளும் முறைகளை நிறுவும்போதே அந்த நிறுவனங்கள் பயிற்சி அளிக்கின்றன.அல்லது சில வாரங்களில் கற்றுக் கொள்ளக்கூடிய பயிற்சி வகுப்புகளுக்கும் செல்லலாம். நிறையப் புத்தகங்களும் வந்திருக்கின்றன. தமிழிலும் கிடைக்கின்றன. படித்துப் பழகிக்கொள்ளுங்கள். இது நீங்கள் தேர்ந்தெடுத்திருக்கும் உதவியாளருக்கும் சொல்லிக் கொடுக்கப்பட வேண்டும். ஆனால், அதைவிட முக்கியம் நீங்கள் முதலில் அதை நன்கு அறிந்திருப்பது. அப்போதுதான் அவர்கள் செய்திருக்கும் பணி சரியானதுதானா என்பதை உங்களால் பார்க்க முடியும். சரி, இதெல்லாம் நாமே செய்துவிட்டால் ஆடிட்டர்கள் எதற்கு எனத் தோன்றுகிறதல்லவா? ஆடிட்டர் பணிக்கும். அக்கவுண்ட்டண்ட் பணிக்கும் உள்ள

வேறுபாடுகளைப் புரிந்துகொள்ள வேண்டும். அவர் நமது கணக்குகள் சரியான முறையில் சட்டவிதிகளுக்கு உட்பட்டுப் பராமரிக்கப்படுகின்றதா என்பதைச் சோதித்து சான்று தருபவர். கணக்குகள் எப்படிப் பராமரிக்கப் படலாம் என்பதற்கான வழிமுறைகளை, யோசனைகளை வரி செலுத்தும் விஷயங்களில் ஆலோசனைகளை வழங்குபவர். அவரே கணக்குகளைப் பராமரித்து, அதற்கு அவரே சான்று தரமுடியாது. அதனால், இந்தக் கணக்கெழுதும் வேலையை உங்கள் நிறுவனப் பணியாளர்தான் செய்ய வேண்டும். அதை நீங்களே கணினி உதவியுடன் செய்யலாம் என்பதைப் புரிந்துகொள்ளுங்கள். டேலி *(Tally)* போன்ற சாஃப்ட்வேர்களில் உங்கள் நிறுவனத் தேவைகளுக்கு ஏற்ப மாற்றங்களைச் செய்து கொள்ள முடியும்.

அதைச் செய்ய ஆடிட்டர்கள் உதவுவார்கள். கணினி இன்று கணக்கெழுத மட்டுமில்லை, ஒரு நிறுவனத்தின் பல பகுதி வேலைகளை எளிதாக்கியிருக்கிறது.

நீங்கள் கடைகளில் பொருட்கள் வாங்கும்போது, கம்ப்யூட்டரின் மூலம் பில்கள் தயாரிக்கப்படுவதையும் அதை அந்த ஊழியர் மிக எளிதாகச் செய்வதையும் பார்த்திருப்பீர்கள். ஒரு பில் தயாரிக்கும்போது, அந்தக் கருவி பல விஷயங்களைப் பல இடங்களில் பதிவு செய்கிறது. ஒரு குறிப்பிட்ட பொருள், அந்த மாதத்தில் அது வரை விற்றது எவ்வளவு? அந்த வினாடியில் இருக்கும் கையிருப்பு, மேலும் தேவைக்கு ஆர்டர் செய்யவேண்டிய கட்டம், அந்த நாள் வரை அந்தப் பொருள் விற்றதில்

லாபம் எல்லாம் வினாடிகளில் பதிவு செய்யப்படுகின்றன. இதில் எல்லா விவரங்களையும் அந்த பில்போடும் ஊழியர் பார்க்க முடியாது. அந்தந்தப் பகுதியினர்களுக்கு அவசியமானது மட்டுமே, அவரவர் ஸ்கிரினில் தெரியும்படி அமைக்கப்பட்டிருக்கும். பெரிய கடையாக இருந்தாலும் சின்ன நிறுவனமாக இருந்தாலும் இம்மாதிரி சரக்குகளின் மேலாண்மை *(inventorymanagement)* அவசியம். ஒவ்வொரு வியாபாரத்திற்கும் அவர்கள் தொழிலின் அவசியத்திற்கு ஏற்ப இது மாறுபடும். இந்த மென்பொருளை இன்று பலர் தயாரிக்கிறார்கள். மார்க்கெட்டில் எளிதாக வாங்க முடியும். மிக விலையுள்ள பெரிய பிராண்டு சாஃப்ட்வேர் அவசியமில்லை. சற்று அலசித்தேடினால், நம் பகுதியிலேயே இளைஞர்களின் ஒரு சிறுகுழு இதைச் செய்து

கொண்டிருக்கும். அவர்களிடம் இல்லாத புது மாதிரி மென்பொருளுக்கான ஒரு பணியானால், ஆர்வத்துடன் செய்ய முன்வருவார்கள். அது அவர்கள் தயாரிக்கும் மென்பொருளின் பட்டியலில் புதிதாகச் சேரப்போகும் ஒரு விஷயமாகிவிடப் போகிறதல்லவா? இவற்றையெல்லாம் நாம் அறிந்துகொண்டு அதன் மூலம் நாம், நம் தொழிலை சிறப்பாக நடத்தத் திட்டமிடவேண்டும்.

கணக்கிடுவதைப் போலவே இன்று வியாபாரங்களில் பல காலமாகப் பழக்கத்திலிருக்கும் ரொக்கம் அல்லது கடன் என்ற முறைகளும் மாறிவருகின்றன. சில ஆண்டுகள் முன்வரை நெருங்கிய அறிமுகம் இல்லாதவரிடம் செக் வாங்கக்கூடத் தயங்குவார்கள். இன்று செக், கிரிடிட், டெபிட்

கார்டு, ஸ்மார்ட் கார்டு போன்றவற்றை அநேகமாக எல்லா நகரங்களிலும் பல நிறுவனங்கள் தயக்கமில்லாமல் ஏற்கின்றன. நாங்கள் கிரிடிட் கார்டுகளை ஏற்பதில்லை எனச் சொல்லுபவர்களும் இருக்கிறார்கள் என்பதை மறுப்பதற்கில்லை. ஆனால், ஏற்கும் நிறுவனங்கள் அதிகமாகிக்கொண்டே இருக்கின்றன என்பதுதான் உண்மை. நீங்கள் ஒரு வியாபாரத்தைத் துவக்கும்போதே, இந்த மாறுபட்ட வியாபார முறைகளுக்குத் தயாராக இருக்க வேண்டும். அதற்கு இந்தக் கடன் அட்டைகள் இயங்கும் முறைகள் பற்றி நீங்கள் அறிந்துகொள்ள வேண்டும். இப்போது பரவலாகப் பயன்படுத்தப்படும் கார்டுகள் இரண்டு. ஒன்று, டெபிட் கார்டு. மற்றொன்று, கிரிடிட் கார்டு. இதன் அடிப்படை வேறுபாடுகள் அதனதன் பெயரிலேயே

இருக்கின்றன. டெபிட் கார்டு என்பது, கொடுப்பவர் தன் கணக்கில் இருக்கும் பணத்தைப் பயன்படுத்துவது. இப்போது வங்கிகள் ஏ.டி.எம். பயன்பாட்டிற்கும் இதற்கும் ஒரே கார்டை தருகிறார்கள். கிரிடிட் கார்டு என்பது, அதன் உரிமையாளருக்கு வங்கி அளித்திருக்கும் கடன் வசதி. வாங்குபவரின் சொந்தப் பணமாக இருந்தால் என்ன, கடனாக இருந்தால் என்ன நமக்கு வியாபாரம்தான் முக்கியம். நீங்கள் தொழிலைத் துவக்கியவுடன் அருகிலுள்ள *HDFC, ICICI* வங்கிக் கிளைகளிடம் உங்களுக்கு கார்டு மூலம் வியாபாரம் செய்ய வசதியுள்ள மெஷின் வேண்டும் எனக் கேளுங்கள். போன் செய்தாலே தேடிவருவார்கள். இது அவர்கள் போட்டியிட்டுக் கொண்டு செய்யும் ஒரு பிசினஸ். ஒரு கணக்கு இதற்காகத்

திறக்கப்பட்டு, ஒப்பந்தம் செய்து கொள்ளவேண்டும். ஒரு கருவியை உங்களுக்குத் தருவார்கள். அந்தக் கருவிக்கு ஸொயிப் மெஷின் (swipe machine) என்று பெயர். இதில் உங்கள் கஸ்டமரின் கிரிடிட் அல்லது டெபிட் கார்டுகளை அதற்கென உள்ள பகுதியின் உள்ளே நுழைத்துத் தேய்த்தால், அந்தக் கார்டிலுள்ள நீங்கள் கண்ணால் பார்க்க முடியாத சில எண்கள், விவரங்கள் பதிவாகி சில வினாடிகளில் எவ்வளவு பணம் என்ற கேள்வி அந்தக் கருவியின் சின்ன LCD திரையில் ஒளிரும். நீங்கள் பில் தொகைக்கு அந்தக் கருவியிலுள்ள எண்களை அழுத்தினால், அடுத்த சில வினாடிகளில் ok அல்லது processed எனத் தெரியும். அவ்வளவுதான், உங்கள் பில்லுக்கு சேர வேண்டிய பணம் உங்கள் வங்கிக் கணக்கில் சேர்ந்துவிடும் ஒவ்வொரு நாளும் இரவு, நீ ங்கள்

கணக்குகள் முடிக்கும்போது அந்தக் கருவியிலிருந்தே மொத்தம் எவ்வளவு பணம் இப்படி உங்கள் கணக்கில் செலுத்தப்பட்டிருக்கிறது என்ற செட்டில்மெண்ட் விவரங்கள் கிடைக்கும். மறுநாள் நீங்கள் அந்தப் பணத்தை வங்கியிலிருந்து எடுக்க முடியும். மிக வசதியாக இருக்கும்.

இந்த முறை எப்படிச் செயல்படுகிறது? கிரிடிட் கார்டுகள் தரும் வங்கிகள், முக்கியமாக விசா அல்லது மாஸ்டர் என அமைப்புகளினாலேயே நிர்வகிக்கப்படுகின்றன. இந்த அமைப்புகள் தங்கள் கார்டுகளை வங்கிகள், பெரிய நிறுவனங்கள் வழியாக வாடிக்கையாளர்களுக்கு வழங்குகின்றன. உங்கள் நிறுவனத்திலுள்ள மெஷினில் நீங்கள் கார்டை தேய்த்தவுடன் அது

ஒரு போன் லைன் மூலமாக இந்த நிறுவனத்துடன் தொடர்பிலிருக்கிறது. விவரங்கள் வினாடியில் சரிபார்க்கப்பட்டு, அந்தக் கடன் அட்டையில் கடன் வழங்கக்கூடிய அளவு இருப்பு இருந்தால், உடனே அந்த மெஷினை வழங்கியிருக்கும் வங்கியிலிருக்கும் அதை வழங்கப்பட்டிருப்பவரின் கணக்கில் பணத்தைச் செலுத்திவிடும். இவ்வளவும் சில வினாடிகளில் நிகழ்கின்றன. பின்னர், தாங்கள் அப்படிக் கொடுத்த பணத்தை அந்தந்த கார்டு வழங்கியிருக்கும் வங்கிகளிலிருந்து பெற்றுக்கொள்ளும். அந்த வங்கிகள் தன் வாடிக்கையாளரின் மாதாந்திர பில்லில் இந்தத் தொகையைச் சேர்த்து, பின்னர் வசூலித்துக் கொள்ளும்.

இந்தச் சேவைக்கு கட்டணம் ஏதாவது உண்டா?

உண்டு. வியாபார உலகில் ஓசி சாப்பாடு என்பதே எங்கும் கிடையாது. ஆனால், கட்டணம் பல விஷயங்களைப் பொருத்து வேறுபடும். உங்களுக்குக் கருவியை வழங்கும் வங்கி, இந்தக் கட்டணத்தை நீங்கள் அந்த வங்கிக் கணக்கைப் பராமரிப்பதைப் பொறுத்து 1 முதல் 3% வரை நிர்ணயிக்கும். இந்தக் கட்டணத்தை உங்களுக்குச் சேர வேண்டிய பணத்தில் வங்கி கழித்துக் கொண்டுதான் உங்கள் கணக்கில் சேர்ப்பார்கள். உதாரணமாக 2% கட்டணம் என்பது உங்கள் ஒப்பந்தமானால், ஒவ்வொரு 100 ரூபாய் வியாபாரத்திற்கும் 98 ரூபாய்கள்தான் உங்கள் கணக்கில் சேரும்.

அப்படியானால், அந்த விற்பனையில் எனக்கு இரண்டு சதவிகிதம் நஷ்டமாகுமே என்கிறீர்களா? நீங்கள் இந்த கிரிடிட் கார்டு

வசதியை வாடிக்கையாளர்களுக்கு வழங்காவிட்டால், அந்த வியாபாரமே இல்லாது போகும் நிலையில்தான் இன்று மார்க்கெட் இயங்குகிறது. நீங்கள் மறுத்தால், இந்த வசதியைத் தரும் மற்றொருவரைத் தேடுவார்கள் உங்கள் வாடிக்கையாளர்கள். உங்கள் வியாபாரங்களுக்கு கிரிடிட் கார்டை ஏற்பதா, வேண்டாமா என்பதை முடிவுசெய்ய வேண்டியது நீங்கள்தான்.

பெட்ரோல், தங்கம் போன்ற வியாபாரங்களில் விற்பனையாளர்கள் கட்டணத்தையும் சேர்த்து கார்டு நிறுவனங்கள் வாடிக்கையாளர்களிடம் வசூலிக்கும். மற்ற வியாபாரங்களில் அந்தக் கட்டணத்தை வியாபார நிறுவனம்தான் ஏற்க வேண்டும். இதைத் தவிர்க்க, ஒரு குறிப்பிட்ட தொகையை வங்கியின் நடப்புக் கணக்கில்

எப்போதும் வைத்திருந்தால், கட்டணம் எதுவுமே இல்லாத அல்லது மிகக் குறைந்த கட்டண வசதியையும் வங்கி தரும். இதனால்தான் பெரிய கடைகளில் பல கார்டு மெஷின்களை பார்க்கிறீர்கள். பல வங்கிகளுடன் பேரம் பேசி, எல்லோரிடமும் தங்கள் வங்கிக் கணக்கில் ஒரு குறிப்பிட்ட இருப்புத் தொகையை வைத்து, கருவிகளைப் பெற்று கட்டணமில்லாமல் இந்த வசதியைப் பெற்றிருப்பதால், இவர்கள் கணக்கில் பில்களின் முழுத்தொகையும் சேருகிறது. வங்கிகளுக்கு என்ன லாபம் என்று கேட்கிறீர்களா? நடப்புக் கணக்குகளில் வாடிக்கையாளர்களுக்கு எந்த வட்டியும் கொடுக்காமல் சேரும் பணத்தை, அவர்களின் தொழிலுக்குப் பயன்படுத்துகிறார்கள்.

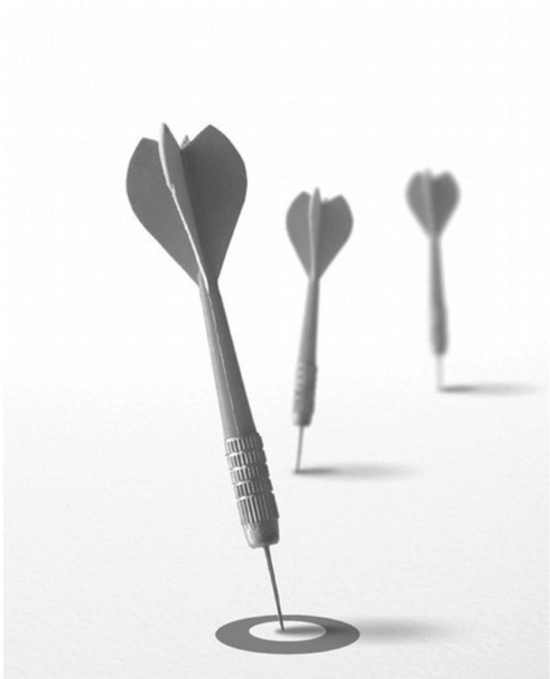
கணினி மூலம் கணக்கிட, புதிய கருவிகளைக் கையாள, மாறிவரும் முறைகளைப் புரிந்துகொள்ள, தொழில்நுட்ப வசதிகளை வசப்படுத்திக்கொள்ளத் தயாராக இருப்பவர்கள் ஜெயிக்கிறார்கள். நீங்கள் அதற்குத் தயாரா?

இன்று நண்பனில் எழுதவேண்டியது!

நல்ல கம்ப்யூட்டர் சிஸ்டங்களுடன் பேக்கேஜ் பண்டலாக வரும் சாஃப்ட்வேர்கள் எல்லாம் எனக்கு அவசியமில்லை. ஆனால், தேவையான சாஃப்ட்வேர்களை தனியாக வாங்கவேண்டுமானால், அது அதிக விலையாகிறது. எப்படி இதை சரியாகச் செய்வது என்பதை ஜனனியின் அண்ணன் குஹனிடம்

கேட்க வேண்டும். அவருக்கு இம்மாதிரி சாஃப்ட்வேர்கள் எழுதுபவர்கள் நிறையப் பேரைத் தெரியும். அப்புறம், கம்ப்யூட்டர்கள் வாங்க பாங்க் லோன் கிடைக்குமா என்றும் விசாரிக்க வேண்டும்.

13 நான் வீட்டிலிருந்தே பிசினஸ் செய்யமுடியுமா?



இன்று பலர் கேட்கும் கேள்வி இது. பார்ட் டைமாக, சைடில் நான் ஒரு பிசினஸ் செய்ய விரும்புகிறேன். என்ன செய்யலாம்? எப்படிச் செய்வது? இந்தக் கேள்வியை கேட்பவர்களில் பலர் ஏதாவது ஒரு நிரந்தரப் பணியில், நிரந்தர வருமானம் பெறுபவர்களாக இருப்பார்கள். இவர்கள் விரும்புவதெல்லாம் வருமானத்தைப் பெருக்கிக் கொள்ள ஒருவழி அது பிசினஸாக இருக்க வேண்டும் என்பதே இவர்கள் புரிந்துகொள்ள வேண்டிய விஷயம். ஒரு பிசினஸை பார்ட் டைமாக வெற்றிகரமாக செய்ய முடியாது. செய்யவும் கூடாது. அப்படிச் செய்தால், அவர்கள் பணிபுரியும் நிறுவனத்திற்கு அவர்களுடைய உண்மையான முழு உழைப்பையும் கொடுக்க முடியாது. பிசினஸில் அவர்கள் முதலீடு செய்திருப்பதால், முழு கவனமும் அதில்தான் இருக்கும்.

அலுவலகத்தில் பணியில் இருக்கும்போது, நான் எனது சொந்தத் தொழிலை நினைப்பதில்லை என்று அவர்கள் சொன்னால், அதை சொந்தத் தொழிலை முழுமனதோடு செய்யவில்லை என்பதுதான் பொருள். பலர் இப்படி பிசினஸ் செய்கிறார்களே, எனக்குத் தெரியுமே என்று சொல்லுகிறீர்களா? உண்மைதான். அரசுத்துறையிலும் சில பொதுத்துறைகளிலும் பணிபுரியும் சிலர் இப்படிச் செய்கிறார்கள். ஆனால், சொந்தத் தொழிலை முனைந்து துவக்கி வெற்றி பெறப்போகும் நீங்கள், இம்மாதிரி தவறான முன்னுதாரணங்களை பின்பற்றக் கூடாது. இவர்கள் வழிகாட்டிகள் இல்லை, விலக்கப்பட வேண்டியவர்கள். நீங்கள் ஒரு பணியிலிருக்கும் போதே ஒரு தொழிலைத் துவக்க விரும்பினால் அதற்காக உங்களைச் சரியாக தயாரித்துக்கொண்டு அந்தப்

பணியிலிருந்து விலகி, துணிவுடன் அதைத் துவக்குங்கள். பலர் இதைச் செய்துதான் சாதித்திருக்கிறார்கள். பகுதி நேரப் பணிக்கும் பகுதி நேர சொந்தத் தொழிலுக்கும் உள்ள வித்தியாசத்தைப் புரிந்துகொள்ள வேண்டும். உங்கள் அலுவலகப் பணி நேரங்களுக்குப் பின்னர் அல்லது அதற்கேற்ப இன்னொரு பணி செய்யலாம், பணம் ஈட்டலாம். ஆனால், சிலமணி நேரங்களுக்காக ஒரு தொழிலை துவக்கக் கூடாது. இன்றைய போட்டி மிகுந்த உலகில், முழுநேரமாகத் தொழில் செய்பவர்களாலேயே சமாளிக்க முடியாத பிரச்சினைகள் எழுந்து கொண்டிருக்கின்றன.

நான் ஒரு இல்லத்தரசி, நிச்சயமாக என்னால் தினசரி சிலமணி நேரங்கள் ஒதுக்கமுடியும். நான் பிசினஸ் செய்ய முடியாதா? நான் பணியிலிருந்து

விருப்ப ஓய்வு பெற்றவன். ஒரு நாளில் சில மணிநேரங்கள் செலவிடக் கூடிய ஒரு சின்ன பிசினஸ் செய்யக் கூடாதா? நான் பார்க்கும் பணியே அரைநாள் தான். அதுவும் எல்லா நாள்களிலும் இல்லை. மீதி நேரத்தில் நான் ஏன் பிசினஸ் செய்யக் கூடாது? என்று கேட்கும் சகோதரிகளுக்கும் நண்பர்களுக்கும் ஒரு வார்த்தை. நிச்சயம் முடியும். ஆனால், நீங்கள் செய்யப் போவது அல்லது விரும்புவது பார்ட் டைம் தொழில் அல்ல. முழு நேரத் தொழில்தான். ஆனால், அதை நீங்கள் ஒதுக்கியிருக்கும் சில மணிநேரங்கள் மட்டுமே செய்யப் போகிறீர்கள் என்பதைப் புரிந்துகொள்ளுங்கள். இம்மாதிரியான பிசினஸ் வாய்ப்புகள் இன்று நிறைய உருவாகிக் கொண்டிருக்கின்றன. சில ஆண்டுகளுக்கு முன்னால் கற்பனைகூட செய்யமுடியாத

விஷயங்கள், இன்று மிக எளிதாக நடைபெற்றுக் கொண்டிருக்கின்றன.

ஆசிரியர் வீட்டுக்குப் போகாமலே ட்யூஷன்!

திருமதி.ஜானகி குருமூர்த்தி ஓர் ஓய்வு பெற்ற தலைமை ஆசிரியர். இவர் இன்று பல மாணவர்களுக்கு ட்யூஷன் சொல்லிக் கொடுக்கிறார். அரசுப் பணிகளுக்கான போட்டித் தேர்வுகளுக்குப் பயிற்சி அளிக்கிறார். இதென்ன பெரிய விஷயம், எல்லா ஓய்வுபெற்ற ஆசிரியர்களும் பண்ணுவதுதானே? இதில் என்ன ஆச்சரியம் என்று எண்ணுகிறீர்கள் இல்லையா? செய்யும் தொழிலில் எந்த ஆச்சரியமும் இல்லை. செய்யும் முறையில்தான்.

இவரது வீட்டிற்கு மாணவர்கள் வருவதில்லை. அவர்கள், அவர்களின் விட்டிலேயே இருக்கிறார்கள், இவர் இவரது வீட்டிலே இருக்கிறார், ட்யூஷன் வகுப்புகள் நடைபெறுகின்றன. எப்படி? கணினி தொழில்நுட்பம் கைகொடுக்கிறது. பாடங்களை கம்யூட்டரில் ஸ்கைப் என்ற சாஃப்ட்வேர்மூலம் நடத்துகிறார். இதன் மூலம் ஒரு கம்ப்யூட்டர் வழியாக இணைப்பிலிருக்கும் மற்ற கம்ப்யூட்டர்கள் முன் இருப்பவருடன் எளிதாகப் பேசமுடியும். இதில் குரூப்பாக 5 அல்லது 10 பேர் கூட உரையாட முடியும். இது இலவசமாகக் கிடைக்கும் ஒரு வசதி. ஒரு சின்ன காமிராவைப் பொருத்தினால், திரையில் மற்றவர்கள் பார்த்துக்கொள்ளவும் முடியும். அதன் மூலம் இவர், தான் எழுதும் போர்டையோ அல்லது நோட்புக்கையோ

காட்டுகிறார். மாணவர்களின் சந்தேகங்களுக்குப் பதிலளிக்கிறார். இலவசமான இந்தச் சேவையை செம்மையாகப் பயன்படுத்திக் கொள்ளும் இந்த ஸ்மார்ட் ஆன ஆசிரியர், கம்ப்யூட்டரை இயக்கக் கற்றுக் கொண்டது.அவரின் மகனிடம் அதுவும் பணியிலிருந்து ஓய்வு பெற்ற பின்னர் தான். இன்று பிரமாதமாகக் கையாளுகிறார். மாணவர்களுக்கு டெஸ்ட்களின் கேள்வித்தாள்கள் இ மெயிலில் அனுப்பி, அவர்கள் அதற்குப் பதிலை மெயிலில் அனுப்பி இவர் மார்க் கொடுக்கிறார். டெஸ்ட்டை, எதையும் பார்க்காமல் எழுதுவதைப் பெற்றோர்கள் மூலம் கண்காணிக்கிறார். இந்த ட்யூஷன் முறையில் பயண அலைச்சல், நேரவிரயம் தவிர்க்கப்படுவதால் பெற்றோர்கள் வரவேற்கின்றனர். இதை இன்னும் சிறப்பாக ஆன்லைனில் செய்ய விரைவில் ஒரு தனி

வெப்ஸைட்டையே உருவாக்கிக்கொள்ளப் போவதாகச் சொல்லுகிறார் இந்த ஆசிரியர். இம்மாதிரி ட்யூஷன் முறை வருங்காலங்களில் இன்னும் பாப்புலாராகப் போகிறது. ஆர்வமுள்ள ஆசிரியர்கள் அல்லது கற்பிப்பதில் ஆர்வமுள்ளவர்கள் இப்போதே முயற்சிக்கலாம்.

வீட்டிலிருந்தே செய்ய முடியும் என்று பரவலாக விளம்பரப்படுத்தப் பட்டிருக்கும் ஒரு விஷயம், மல்டிலெவல் மார்க்கெட்டிங். இதை அறிமுகப்படுத்தியவர்களின் சாதுரியமான பேச்சுகளில் மயங்கி, அவர்கள் போட்டுக்காட்டும் கணக்கீடுகளை நம்பி இதில் இறங்கியவர்கள் ஏராளம். ஜெயித்தவர்கள் ஒரு சிலரே. முக்கியமான காரணம், ஒரு தொடர்சங்கிலியின் கண்ணிகள் போல இதைத்

தொடர்ந்து செய்ய வேண்டியதும், இதில் தொடர சரியான நபர்களை எல்லோராலும் அடையாளம் காணமுடியாமல் போவதும்தான். இனி முடியாது, நஷ்டம் இதோடு போகட்டும் என கைச் சுட்டுக் கொண்டபின் இம்மாதிரி அடுத்தவர்களின் ஆற்றலைச் சார்ந்த தொழில் முயற்சிகளைத் துவக்குவதை தவிர்ப்பது நல்லது.

ஆர்டர் மட்டும் வாங்கும் பிசினஸ்

ஆனால், வீட்டிலிருந்தே பெண்கள் சிறிய அளவில் பிசினஸ் செய்ய இப்போது பல வாய்ப்புகள் இருக்கின்றன. பெங்களூருவில் லலிதாராவ் என்ற குடும்பத் தலைவி

செய்வதைப் பாருங்கள். இவர் சிறிய அளவில் தயாரித்துக் கொண்டிருந்த சாம்பார், ரசம் போன்ற பொடி வகைகளின் தரத்தைப் பார்த்த ஓர் அகில இந்திய மார்க்கெட்டிங் நிறுவனம் அவரது தயாரிப்புகளை தங்கள் பிராண்டில் தயாரித்து அளிக்கக் கேட்டது. ஓராண்டில் மிகப்பெரிய அளவில் தயாரிப்பும் விற்பனையும் நடந்தன. நல்ல வருமானம்.தயாரிப்பு தன்னுடையதாக இருந்தாலும் பெயர் அந்த பிராண்டின் நிறுவனத்திற்குத்தானே போகிறது என்று நினைத்த லலிதா, இதை நாமே என் நேரிடையாக மார்க்கெட்டிங் செய்யக்கூடாது என யோசிக்க ஆரம்பித்தார். ஒரு மிகப்பெரிய அகில இந்திய நிறுவனம் அளவிற்கு தம்மால் செய்ய முடியாது என்பது அவருக்குத் தெரிந்திருந்தாலும் ருசியும் தரமும் சிறப்பாக இருந்தால், இல்லத்தரசிகள் ஆதரிப்பார்கள் என

நம்பினார். ஒரு புது மாதிரியான மார்க்கெட்டிங்குடன் தொழிலை அவர்கள் மூலமாகவே முன்னெடுக்க முடிவுசெய்தார். இன்று பல லட்சங்களில் விற்கும் இவரது தயாரிப்புகள் கடையில் கிடைக்காது. பல இடங்களில் இருக்கும் இல்லத்தரசிகள்தான் ஏஜெண்ட்கள். இவர்கள் பணம் கொடுத்து முதலில் வாங்கிய பொருள்களை வாடிக்கையாளர்களுக்கு விற்று அறிமுகப்படுத்த வேண்டும். அதன் பின்னர் இவர்கள் எதையும் வாங்கி விற்க வேண்டாம்.

வாடிக்கையாளர்களிடம் ஆர்டர் சேகரித்து அனுப்பினால் போதும். அப்படி அனுப்பும் ஆர்டர்களை திருமதி. லலிதாவின் நிறுவனம் அந்த நகரிலுள்ள அவர்களின் அலுவலகம் மூலம் ஆர்டர் செய்தவருக்கு அனுப்புகிறது. விற்பனைக்கான கமிஷன் ஏஜெண்ட்களின்

வங்கிக்கணக்கில் சேருகிறது. இந்த முறையில் இன்று இந்தியாவின் பல நகரங்களில் இவருக்கு ஏஜெண்ட்கள்.

இம்மாதிரியான ஏஜென்ஸியை பிசினஸாக எடுத்தால், சில மணிநேரங்கள் செலவிட்டுச் செய்ய முடியும், படிப்படியாக வளர்க்க முடியும். இம்மாதிரி விற்கப்படும் பொருட்கள், அதன் தேவைகள் குறித்து தகவல்களை நீங்கள் சேகரித்து திட்டமிடவேண்டும்.

மாணவிகளுக்கு மட்டும்

நகர்ப்புறங்களில் மட்டுமில்லை,

சிறுநகரங்களிலும் கிராமங்களிலும் கூட இன்று

நிறைய வாய்ப்புகள் உருவாகியிருக்கின்றன.

தென்தமிழ்நாட்டின் ஒரு சின்னநகரத்தில்

வசிக்கும் திருமதிலெட்சுமி ஒரு

நடுநிலைப்பள்ளி ஆசிரியராக இருந்தவர்.

குடும்பச் சூழ்நிலை காரணமாக இப்போது பணி

செய்யவில்லை. ஆனால், ஆசிரியராக

இருந்தைவிட இன்று அதிகம் சம்பாதிக்கிறார்.

அப்படி ஒரு தொழில் வாய்ப்பைக்

கண்டுபிடித்திருக்கிறார். பெண்களுக்கு

அவசியமான சானடரிநாப்கின்களை அவர்கள்

பள்ளிகளிலேயே விற்பனை செய்கிறார். ஓர்

ஆசிரியராக இருந்ததினால், முதலில் பல

பள்ளிகளுக்குச் சென்று, நாப்கின்

உபயோகிக்கவேண்டிய அவசியம், அதன்

பதுகாப்பு, சுகாதாரம், பயன்படுத்தும்

முறைகளைப் பற்றி மாணவிகளுடன் பேசுகிறார். பின்னர், தான் ஏஜென்ஸி எடுத்திருக்கும் நிறுவனத் தயாரிப்பை சாம்பிளாகத் தருகிறார். அதே பள்ளியிலுள்ள ஓர் ஆசிரியை, இவருக்கு தொடர்பாளராகப் பணி செய்து உதவும்படி ஏற்பாடு லெட்சுமி, அதை அவருக்கு அனுப்பிவைக்கிறார். கிராமத்தில் கடைகளுக்குச் சென்று தயக்கத்துடன் வாங்க வேண்டிய சூழ்நிலை தவிர்க்கப்படுவதாலும் விலையும் அதிகமில்லாததாலும் இப்போது அந்தப் பகுதி கிராமங்களில் நிறைய மாணவிகள் மட்டுமில்லாமல், ஆசிரியைகளும் ஆர்வம் காட்டுகின்றனர். *Create your market first, then sell* என்ற மார்க்கெட்டிங் தியரியை மிக எளிதாகச் செயல்படுத்தும் இவர், அதைப் பற்றி எல்லாம் அறிந்திருப்பரா என்பது சந்தேகமே. இதுபோல் தொடர்ந்து தேவைப்படும் அத்தியாவசியமாகி

விட்ட பொருள்களை அடையாளம் கண்டு, அதை எப்படி விற்பது என்பது குறித்தும் அதை எப்படிக் குறைவான நேரத்தைச் செலவிட்டு நிர்வகிக்கலாம் என்பது பற்றியும் சிந்திக்கலாம்.

இன்ஷ்யூரன்ஸ் என்பது LIC யின் ஏகபோக உரிமையாக இருந்த காலம் மாறி, இன்று பல பன்னாட்டு நிறுவனங்கள் நமது தேசிய வங்கிகளின் உதவியோடு இப்போது துவக்கியிருக்கிறார்கள் என்பது உண்மையானாலும் LIC அளவிற்கு வரவேற்பைப் பெற இவர்களால் முடியவில்லை என்பதுதான் உண்மை. இப்போது இன்ஷ்யூரன்ஸ் முகவர்கள், இன்ஷ்யூரன்ஸ் ஆலோசகர்கள் என அழைக்கப்படுகிறார்கள். ஒரு பயிற்சிக்குப் பின்னர் தேர்வு எழுதி, இந்த அங்கீகாரம் பெற

வேண்டும். 20 ஆண்டுகளுக்கு முன் இருந்தை விட இன்று இன்ஷ்யூரன்ஸின் அவசியம் பரவலாக உணரப்பட்டிருக்கிறது. பல நாடுகளில் இல்லாத, பாலிசித் தொகைக்கு வருமான வரிச்சலுகை இந்தியாவில் இருக்கிறது. இவை போன்ற வசதிகளினால் இன்று பாலிசி எடுப்பவர்கள் அதிகரித்துக் கொண்டே இருப்பதால், இந்தத் தொழிலில் வாய்ப்புகள் அதிகம். குறிப்பாக இல்லத்தரசிகள், வாரத்தில் குறிப்பிட்ட மணிநேரங்கள் ஒதுக்கி, இதைச் செய்ய முடியும். பயிற்சி, தேர்வு பற்றி எல்லாம் எளிதாக விளக்கி உதவ, தனி பிரிவும் பரிவான அதிகாரிகளும் இருக்கிறார்கள். மிகச் சாதாரணமாகத் துவக்கி, பெரிய அளவில் சாதித்துக் கொண்டிருக்கிறார்கள் சில பெண்கள்.

இ. மெயில் அனுப்பினால் சாப்பாடு

பல அலுவலகங்களில் இன்று லஞ்ச் சர்வீஸ் பிரபலமாகிக் கொண்டிருக்கிறது. காலை நேரப் பரபரப்பில் மதிய உணவைத் தயாரித்து எடுத்துச் செல்வது இப்போது மெல்லக் குறைந்து கொண்டிருக்கிறது. நியூஸ் பேப்பர் பொட்டலம், பிளாஸ்டிக் கவர் எல்லாம் காணாமல் போய் அந்த இடத்தில் வசதியான, பாதுகாப்பான தெர்மொகோல், பாக்கு மட்டைப் பெட்டிகள். அருகில் இருக்கும் ஹோட்டலில் போய் சாப்பிடுவதை விட, இ. மெயிலில் கொடுத்த ஆர்டரை தங்கள் அலுவலகத்திலேயே சூடாகச் சாப்பிடுவதை விரும்புகிறார்கள் இன்றைய இளைஞர்கள். இந்த வாய்ப்பைப் பயன்படுத்தி பலர் வளர்ந்துகொண்டிருக்கிறார்கள்.

சமையலை ஆர்வத்துடன் செய்பவரா நீங்கள்?

உங்களுக்கு அருகில் இருக்கும் அல்லது புதிதாக ஏற்பட்டிருக்கும் வாய்ப்பைக் கண்டுபிடியுங்கள்.

முழு நேரப் பணியாக இல்லாமல், மிகக் குறைந்த முதலீட்டில் ஒரு நாளில் சில மணிநேரங்கள் செலவிட்டுச் செய்தாலும் அதுவும் பிசினஸ்தான். அதில் வரும் வருமானத்தைவிடக் கிடைக்கும் சந்தோஷமும் சுதந்திர உணர்வும் என்னாலும் முடியும்' என்ற முத்திரையைப் பதிக்க உதவும் என்று எண்ணும் பெண்மணியா நீங்கள்? நம்பிக்கையுடன் உங்களுக்கு ஏற்ற ஒன்றைத் தேர்ந்தெடுத்து, உடனே துவக்கி ஜெயிக்கத் தயாராகுங்கள்.

இன்று நண்பனில்
எழுதவேண்டியது! :

துவக்கப்போகும்
ரெடிமேடுஆடைகடையில்
விற்பனையில் பேண்ட்டின்
உயரத்தைக் குறைப்பது, ஷர்ட்டில்
சுற்றளவை சிறிதாக்குவது போன்ற
சின்னச்சின்ன ஆல்ட்டேர்ஷன்களை
நாமே செய்துகொடுத்தால். அதைப்
பல வாடிக்கையாளர்கள்
விரும்புவார்கள். விற்பனை கூடும்
வாய்ப்பை சுஜாதா அரவிந்தன்
சொன்னார். டெய்லரிங் தொழிலை
பார்ட்டைமாகச் செய்ய யாராவது
கிடைப்பார்களா? விளம்பரம்
கொடுக்கலாமா?



நாம் செய்யப்போவது ஒரு சிறிய தொழில்தானே? அதற்கு மார்க்கெட்டிங் எல்லாம் அவசியமா? அது செலவை அதிகரிக்கும் ஒரு விஷயமில்லையா?" என்று பல சுய தொழில் முனைவோர் கேட்பதுண்டு. நீங்கள் விற்கப் போவது கடலை மிட்டாயாகயிருந்தாலும் சரி, தயாரிக்கப் போவது கம்ப்யூட்டரின் மதர் போர்டு ஆக இருந்தாலும் சரி, மார்க்கெட்டிங் என்பது அவசியம். மிக அவசியம். பால்பாயிண்ட் பேனாவிலிருந்து LED டி.வி. வரை எதிலும் இன்று பல பிராண்டுகள். தங்களுடையது எப்படிச் சிறந்தது என்பதை தொடர்ந்து சொல்லி, மூளைச்சலவை செய்யும் விளம்பரங்கள். இந்த மார்க்கெட் போர்க்களத்தில்தான் நீங்கள், உங்கள் தொழில் அல்லது வியாபாரத்துடன் இறங்கப்

போகிறீர்கள். உங்கள் தயாரிப்பு அல்லது விற்பனை நிலைக்க வேண்டுமானால், நீங்களும் இதில் ஜெயிக்க வேண்டுமானால் மார்க்கெட்டிங் என்ற மந்திரத்தையும் அதை எங்கு எப்படிப் பயன்படுத்த வேண்டும் என்ற சூத்திரத்தையும் நீங்கள் அறிந்துகொள்ள வேண்டும்.

எது மார்க்கெட்டிங்?

மார்க்கெட்டிங் என்பது ஓர் அற்புதமான கலை. இதை மிகச் சரியாகச் செய்து, வெற்றிக் கோட்டை தொட்டவர்கள் பலர். தொடர்ந்து தவறாகச் செய்து, தொழிலையே கோட்டை விட்டவர்கள் பலர். அவர்களின் தவறுகளிலிருந்து கற்ற பாடங்களினால் நாம் இதைச் சரியாகச் செய்ய வேண்டும். அதற்கு

முதலில் மார்க்கெட்டிங் என்பது என்ன என்பதை சரியாகப் புரிந்துகொள்ள வேண்டும். மார்க்கெட்டிங்கில் விளம்பர முறைகள், புராடெக்ட் பிராண்டிங் பேக்கஜிங், ரீபிட் ரீச் ரிசர்ச், கன்ஸ்யூமர் பிகேவியர் எனப் பல விஷயங்கள் இருக்கின்றன. இன்று நிர்வாகவியலில் மார்க்கெட்டிங்கிற்காகவே தனி மேற்படிப்புகள், ஆராய்ச்சிகள் எல்லாம் இருக்கின்றன. அதெல்லாம் நமக்கு இப்போது அவசியமில்லை. நாம் இப்போது தெரிந்துகொள்ள வேண்டியதெல்லாம் நாம் தேர்ந்தெடுத்திருக்கும் தொழிலின் அல்லது வியாபாரத்தின் மார்க்கெட்டிங் தேவைகள் என்ன என்பது மட்டும்தான். எந்த ஒரு பொருளுக்கும் தேவையான மார்க்கெட்டிங் முறைகளை இடம், பொருள், விலை,

வாடிக்கையாளர்கள் என்ற இந்த நான்கு விஷயங்கள்தான் தீர்மானிக்கின்றன.

தரமான பொருள், சரியான விலையில் எளிதில் வாடிக்கையாளர்களுக்கு கிடைக்கும் இடத்தில் இருப்பதும் அதை நிர்வகிக்கநிலையான கொள்கைகள் அவசியம். அதைவிட அவசியம், இவை இருப்பதை வாடிக்கையாளர் அறிந்திருப்பது. அதைச் செய்வதுதான் மார்க்கெட்டிங். விளம்பரம்,

விற்பனை போன்றவற்றை மார்க்கெட்டிங்கோடு போட்டுக் குழப்பிக் கொள்ளக் கூடாது. மார்க்கெட்டிங் என்பதை மிக எளிதாகச் சொல்ல வேண்டுமானால் உங்கள் தயாரிப்பின், வியாபாரத்தின் விற்பனையை எளிதாக்குவதுதான் மார்க்கெட்டிங். உங்கள்

பொருளை, சேவையை மக்கள் தாங்களாகவே முன்வந்து வாங்கிக்கொண்டே இருக்கவேண்டும். உங்கள் லாபம் அதிகரிக்க வேண்டும். அதுதான் மார்க்கெட்டிங் என்பதைப் புரிந்து கொள்ள வேண்டும். இன்னும் எளிதாகச் சொல்ல வேண்டுமென்றால், வாடிக்கையாளரைக் குறி பார்த்து, சுண்டி இழுத்து பொருட்களை விற்கப் பயன்படுத்தும் ஓர் உத்தி.

எனக்கு யார் செய்வார்கள்?

மக்களின் மனநிலையையும் தேவைகளையும் புரிந்துகொண்டு அதற்கேற்பவே நிறுவனங்கள், தங்கள் பொருள்களைச் சந்தைப் படுத்துகின்றன. இன்று பொருள் உற்பத்தி, பொருட்கள் விற்பனை, சேவைகள்போல மற்றவர்களுக்கு

மார்க்கெட்டிங்கை செய்து கொடுப்பதே பெரிய பிசினஸாக வளர்ந்து விட்டது. பெரிய, சிறிய என்று எல்லா அளவுகளிலும் மார்க்கெட்டிங் ஏஜென்சிகள் வந்து விட்டன. கோக், பெப்ஸி, ரிலையன்ஸ், டாடா, யூனிலிவர், மாருதி, சாம்ஸங் இன்டெல், காட்பரீஸ் நிர்மா போன்ற பிரபல நிறுவனங்கள் கடைப்பிடித்த திறமையான மார்க்கெட்டிங் மந்திரங்கள் அவர்களின் மார்க்கெட் ரிசர்ச் பிரிவுகள் பல கோடி ரூபாய் செலவில், பலரின் உழைப்பில் நீண்ட ஆராய்ச்சிகளுக்குப் பின்னர் கண்டுபிடிக்கப்பட்டவை. இன்று இந்த நிறுவனங்களில் விற்பனை பல மடங்கு பெருகியிருந்தாலும் அவை விளம்பரங்களையும், மார்க்கெட்டிங் டெக்னிக்குகளையும் தொடர்ந்து செய்துகொண்டே இருக்கின்றன. ஏன்? ஒரு

மிகப்பெரிய வர்த்தகக் கூட்டமைப்பின் தலைவர் சொன்னது இது: ‘‘பல ஆயிரம் அடிகள் உயரத்தில் நன்றாக ஜம் என்று பறந்து கொண்டிருக்கும் ஒரு விமானத்தின் என்ஜின்களை ஆஃப் செய்ய முடியாது. அதெல்லாம் சரி – பெரிய நிறுவனங்களுக்கு மார்க்கெட்டிங் அவசியமாக இருக்கலாம். நாம் துவக்கப்போகும் சின்ன பிசினஸுக்கு இதெல்லாம் ஏன் என்று கருதும் நண்பர்களுக்கு, இந்த நிறுவனங்களில் பல சிறிய அளவில் துவக்கப்பட்டவை. முதலில் இருந்தே இவர்கள் மார்க்கெட்டிங்கில் தனிக் கவனம் செலுத்தியவர்கள். உங்கள் நிறுவனமும் ஒரு நாள் இப்படி வளரும் என நம்பிக்கையுடன் செயலாற்றுங்கள்.

மக்கள் விருப்பத்தை உணர்ந்து (கன்ஸ்யூமர் பல்ஸ்) மிகப்பெரிய அளவில் சாதித்த ஓர் இந்தியரின் மார்க்கெட்டிங் யுக்திகளை இன்று உலகில் உள்ள பல மார்க்கெட்டிங் கல்லூரிகளில், நிர்வாகவியல் கல்லூரிகளில் பாடமாகயிருக்கிறது. கர்ஸான்பாய் படேல் என்பவர், நிர்மா சோப்புத் தூள் நிறுவன அதிபர். ஓர் ஓட்டை சைக்கிளில் 1969-ஆம் ஆண்டு வியாபாரத்தை ஆரம்பித்தவர் இவர் இன்று இவரது கம்பெனியில் மொத்த வியாபாரம் 5,000 கோடிக்கும் மேல். ஊழியர்கள் 15,000-க்கும் மேல். மார்க்கெட்டிங் கொள்கைகளையும், யுக்திகளையும் உருவாக்கியவரும் இவரே. தமிழகத்திலேயே ஆச்சி மசாலா, ராம்ராஜ் காட்டன், லயன் டேட்ஸ், இதயம்

நல்லெண்ணெய் என தங்கள் மார்க்கெட்டிங் யுக்திகள் மூலமாகவே சாதித்துக் காட்டியவர்கள் நம் கண் முன்னே இருக்கிறார்கள். இவர்களின், ‘ஒரு கிராம் குட்டி சைஸ் பாக்கெட்கள் மாடலைப் பார்த்து காட்ரெஜ், யூனிலிவர் போன்ற நிறுவனங்கள் தங்கள் யுக்திகளை மாற்றிக்கொண்டன. அதனால், உங்களைப்போல புதிய தொழிலை துவக்கியிருப்பவர்கள் துவக்க கட்டத்தில் மார்க்கெட்டிங்கை நேரடியாகவே செய்யலாம். தனி ஏஜென்சிகள் தேவையில்லை. இப்படி நேரடியாகச் செய்வது பல வழிகளில் பலனைக் கொடுக்கும்.

எப்படிச் செய்வது?

முதலில் யார் உங்களுடைய வாடிக்கையாளர்கள் என்கிற டார்கெட்டை தெளிவாகத் தீர்மானியுங்கள். அவர்களை அடைய உங்கள் முயற்சிகளைத்துவக்குங்கள். நீங்கள் உற்பத்தி செய்யும் பொருள் யாருக்குத் தேவை அல்லது உங்கள் கடைக்கு வரப்போகும் வாடிக்கையாளர்கள் எந்தப் பகுதியிலிருந்து வருகிறார்கள். அவர்களின் சராசரி வருமானம், சராசரி வயது, பொருளாதாரப் பின்னணி போன்றவற்றைப் பொறுத்து உங்கள் மார்க்கெட்டிங் யுக்திகளை அமைத்துக்கொள்ள வேண்டும். காய்கறிகளையும், பழங்களையும் மட்டும் ஒரு விற்பனை செய்யும் கடையில் கவனித்த விஷயம் இது. அங்கே ஒரு பக்கத்தில் பளபளவென்று ஆப்பிள்கள் அடுக்கப்பட்டிருந்தன. அதன் அருகில் நன்றாக தெர்மல் பேப்பரில் பேக் செய்யப்பட்ட

ஆப்பிள்கள். பேக் செய்யாத ஆப்பிளைவிட இது விலை சற்று அதிகம். ஆனாலும் பலர், பேக் செய்யாத ஆப்பிளை எடுத்துப் பார்த்துவிட்டு பேக் செய்ததைத்தான் – விலை கூடுதலாக இருந்தாலும் வாங்கினார்கள். அந்தக் கடைக்கு வரும் வாடிக்கையாளர்கள் பேக்கிங்கிலிருப்பதையே வாங்க விரும்புகிறார்கள். இதை கஸ்டமர் பிகேவியர் என்பார்கள். இதைப் போன்ற விஷயங்களை உங்கள் பகுதியினரிடம் கூர்ந்து கவனித்து கண்டுபிடிக்க வேண்டும்.

நாளிதழ்களில் விளம்பரம், போஸ்டர்கள், துண்டுப்பிரசுரங்கள் இன்று ஏராளமாகிவிட்டன. தினசரிகள், விளம்பரங்களினால் வழிகின்றன. பரபரப்பாக இயங்கும் மக்களுக்கு சிறிய விளம்பரங்களை தேடிப் படிக்க ஒரு சிறிய போஸ்டரைப் படிக்க நேரமோ, மனமோ

இல்லை. அதனால், அந்த விளம்பரங்களைப் பார்ப்பவர்களைப் படிக்க வைக்க எப்படி, என்ன மாதிரி மாறுதலாகச் செய்யலாம் எனச் சிந்தியுங்கள், திட்டமிடுங்கள். இப்போது அநேகமாக எல்லா நகரங்களிலும் ஒரு உள்ளூர் செய்தித்தாள் வெளிவருகிறது. சில நகரங்களில் பகுதி வாரியாக வெளியிடப்படும் வார செய்தித்தாள்கள் இலவசமாகவே விநியோகிக்கப்படுகின்றன. இவை பெரிய அளவில் விளம்பரம் செய்யலாம். உங்கள் விளம்பரத்தை தனி இணைப்பாகவேகூட கொடுக்கலாம்.

வாடிக்கையாளர்களை அடைவதற்கான சிறந்த எளிய ஒரு வழி, கடிதங்கள். உங்கள் பகுதியிலிருப்பவர்களுக்கு எனச் சிறப்பாக ஒரு கடிதத்தைத் தயாரித்து அனுப்பலாம். இதில் மிக

முக்கிய விஷயம், கடிதம் சிறியதாக மிகச் கச்சிதமாக ஒரே பக்கத்திலிருக்க வேண்டும். புள்ளிகள் (bullets) மூன்றுக்குமேல் இருக்கக் கூடாது. கடிதங்களைப் பெறுபவர்கள், முதலில் உங்கள் கையெழுத்துப் பகுதியைத்தான் பார்ப்பார்கள். அதனால், கடைசி வரிகள் எளிய நடையில், படிப்பவர்களைக் கவரும் வகையில் அமைய வேண்டும். முயற்சியுங்கள், உங்களால் நிச்சயமாக முடியும்.

மாற்றி யோசித்த மார்க்கெட்டிங் கில்லாடிகள்

பிலிப் கோட்லர் (Philip Kotler) என்பவர், நவீன மார்க்கெட்டிங்கின் குருவாக மதிக்கப்படுபவர். கிலாங் பல்கலைக்கழகத்தின் பேராசிரியர். மார்க்கெட்டிங்கில் பல புத்தகங்கள் எழுதியிருப்பவர். அவர் மார்க்கெட்டிங்

என்பதை, தனித்துவமான படைப்பாற்றலுடன் ஒரு நிறுவனம் தனது உற்பத்தியையும் லாபத்தையும் இணைக்கும் செயல் முறை (Marketingis the process by which an organization relates creatively, productively, and profitably to the marketplace) இவர் சொல்லும் இந்த கிரியேட்டிவிட்டியைப் பயன்படுத்திச் செய்த ஒரு மார்க்கெட்டிங்கைப் பார்ப்போம். சமீபத்தில் அலகாபாத்தில் கும்பமேளா நடந்தது அல்லவா? 60 லட்சம் பேர் பங்கேற்ற இந்தத் திருவிழாவில் ஒரு மிகப்பெரிய அகில இந்திய விளம்பர நிறுவனம், தங்களது வாடிக்கையாளரின் தயாரிப்பான சோப்பு ஒன்றுக்கு அது பலரால் அறியப்பட்டிருந்தாலும் – பெரிய அளவில் விளம்பரம் செய்யத் திட்டமிட்டது. துண்டுப்பிரசுரம் விநியோகிக்கத் தடையிருந்ததால், அதைப்போல பலரை

அடையக்கூடிய ஒரு மாற்றுவழியை யோசித்துக் கொண்டிருந்தார்கள். கும்பமேளா விழா காலத்தில் நகருக்கு வரும் பக்தர்களுக்கும் சாதுக்களுக்கும் இலவசமாக சப்பாத்திகள் வழங்கப்படும். இதைப் பெரிய நிறுவனங்கள் ஸ்பான்ஸர் செய்யும். விளம்பர ஏஜென்ஸியில் ஒருவருக்கு பளிச்சிட்ட ஐடியா, 'இந்த சப்பாத்திகளில் விளம்பர வாசகங்களை அச்சிட்டால் என்ன?' என்பது. உணவுப் பொருளானதால், அதில் ரசாயன மையைப் பயன்படுத்த முடியாது. சுடப்படாத சப்பாத்தியில் எழுத்துக்களைப் பதித்தால், சுடப்படும் போது எழுத்துக்கள் உருக்குலைந்துவிடும். இதற்காக இவர்கள் உருவாக்கியது, மின்சாரத்தில் இயங்கும் ஸ்டாம்ப் செய்யும் இயந்திரங்கள். இதில் எவர்சில்வரில் தயாரிக்கப்பட்ட விளம்பர வாசக

எழுத்துக்களின், 'டை பொருத்தப்பட்டிருக்கும். மின்சாரத்தில் இயங்கும் இதன் மூலம் டாபாக்களில் சுடப்பட்ட சப்பாத்திகளில் விநியோகத்திற்குமுன், சோப் உபயோகித்து கைகளைக் கழுவினர்களா?' என்கிற விளம்பர வாசகங்கள் சூடாகப் பொறிக்கப்பட்டன. அந்தச் சப்பாத்திகளைச் சாப்பிட்ட அத்தனைபேரும் அதைப் படித்திருப்பார்கள். மாற்றி யோசித்த தனி ஒரு மனிதரின் இந்த யோசனை எப்படி ஒரு புதிய மார்க்கெட்டிங்கிற்கு உதவியிருக்கிறது பார்த்தீர்களா? இதைத்தான் கோட்லர் கிரியேட்டிவிட்டி என்கிறார். நீங்களும் உங்கள் பொருள்களுக்கு, சேவைகளுக்கு ஏற்றவகையில் ஏதாவது ஒன்றை யோசியுங்கள்.

வெளிநாடுகளில் சூப்பர் மார்க்கெட்கள் மிக பிரமாண்டமானவை. பல ஆயிரம் சதுர அடிகளில் இருக்கும் பொருள்களை

வாடிக்கையாளர்கள் தேர்ந்தெடுத்து வாங்கி, வெளியே வர பல வரிசைகள் இருக்கும். ஆனாலும் வார இறுதி நாள்களில் பில் செலுத்துமிடத்தில் வரிசையில் பொறுமையைச் சோதிக்கும் அளவிற்கு காத்திருக்க நேரிடும். நமது முறை வரும்போது, ஒவ்வொரு பொருளையும் பார்கோடு மெஷினில் செலுத்தி, அதன் மூலம் பில் போட்டு முடிக்க மேலும் நேரமாகும். இப்போது வாடிக்கையாளர் கையில் எடுத்துச் செல்ல ஒரு கருவியைத் தருகிறார்கள். நீங்கள், பொருள்களைத் தேர்வு செய்த உடனேயே அதன் விலையை அந்தக் கருவியிடம் காட்டிவிட்டால், அதை பில்லில் சேர்த்துக் கொள்ளும். பணம் செலுத்தும் கவுண்ட்டருக்கு வரும்போது, அங்கே உங்கள் பில் ரெடியாகக் காத்திருக்கும். பணம் செலுத்தியவுடன் வெளிவரலாம். உங்களுக்கும்

பில் எவ்வளவு என்பது தெரிந்திருப்பதால், நீங்களும் அதைச் செலுத்த தயாராகயிருப்பீர்கள். வால்மார்ட்டுக்கு இந்த யோசனையைச் சொன்னவர், ஒரு வாடிக்கையாளர். கருவியைத் தயாரித்தது, ஒரு கல்லூரி மாணவி. இதை அறிமுகப்படுத்தியதால், அந்த மார்ட்டின் வியாபாரம் அதிகரித்தது. இம்மாதிரி சின்னச் சின்ன யோசனைகள்தான் மிகப்பெரிய தாக்கத்தை ஏற்படுத்துகின்றன. அதனால், தொடர்ந்து நமது பிசினஸில் எதை மாறுதலாகச் செய்யலாம் என நீங்கள் சிந்தித்துக் கொண்டேயிருக்க வேண்டும்.

உங்கள் பகுதியின் முக்கிய டெலிபோன் எண்களை, முதலில் இருக்க வேண்டியது உங்கள் நிறுவனத்தின் எண் அச்சிட்டு அதிலேயே காஸ் நம்பர் போன்றவற்றை

எழுதிக்கொள்ளும் வசதியுடன் ஃப்ரிஜில் ஒட்டிக்கொள்ளும் வசதியுள்ள ஒரு ஸ்டிக்கராக அச்சிட்டுக் கொடுக்கலாம். இப்போது பிளாஸ்டிக் கேரிபேக்குகள் தடை செய்யப்பட்டிருப்பதால், உங்களது அழகான விளம்பரத்துடன் சணல் பைகளை குறைவான விலையில் தரலாம். இதன்மூலம் விழிப்புணர்ச்சியுடன் விளம்பரத்தையும் செய்கிறீர்கள். உங்களுடையது ஒரு பல்பொருள் அங்காடியானால், அந்தப் பைக்காக செலுத்திய விலையில் ஒரு சிறு பகுதியை ஒவ்வொரு விற்பனையிலும் டிஸ்கவுண்ட் ஆக தரலாம். மார்க்கெட்டிங் என்பது உங்கள் தொழிலில், வியாபாரத்தில் ஜெயிக்க உதவும் கருவி. அதைச்சரியாக, பத்திரமாகக் கையாளக்கற்றுக்கொள்ளுங்கள்.

இன்று நண்பனில்
எழுதவேண்டியது! :

ரெடிமேடு ஷாப்பைத் திறப்பதற்கு
15 நாள்களுக்கு முன்னால்,
அருகிலிருக்கும் மூன்று
கல்லூரிகளிலும் ஒரு வினாடி –
வினா நிகழ்ச்சி நடத்தி, திறப்பு விழா
அன்று பரிசு கொடுக்கலாம் என்கிற
மார்க்கெட்டிங் ஐடியாவை இன்று
மேடம் ஜானகி ராஜன் சொன்னார்.
நல்ல யோசனையாகப் படுகிறது.
கல்லூரிகளில் யாரிடம் பேசுவது
என்பது பற்றி விசாரிக்க வேண்டும்.

15 இண்டர்நெட் மூலம் பிஸினஸ் செய்ய முடியுமா?



கடந்த சில ஆண்டுகளாக சொந்தத் தொழில் முனைவோர் பலர் எழுப்பும் கேள்வி, இண்டர்நெட் மூலம் பிசினஸ் செய்ய முடியுமா? இதுபற்றிய பல செய்திகள் ஊடகங்களில் வெளியாவதும், இணையம் மூலம் பொருட்களை விற்கும் நிறுவனங்களின் தொடர்ந்த விளம்பரங்களினாலும், தொழில் செய்து கொண்டிருப்பவர்களும் புதிதாகத் துவக்க விரும்புவோரும் இதுபற்றி இப்போது எண்ணத் துவங்கியிருக்கிறார்கள். இண்டர்நெட்டின் மூலம் பிசினஸ் என்பது, 'இ-காமர்ஸ்' என இப்போது அழைக்கப்படுகிறது. இணையதளத்தில் வியாபாரம் செய்ய விரும்புகிறவர்கள், முதலில் இந்த இ-காமர்ஸ் என்றால் என்ன என்பதையும் அது இயங்கும் முறை பற்றியும் நன்கு அறிந்துகொள்ள வேண்டும். மின்வணிகம் என்பது, தயாரிப்புகள்

மற்றும் சேவைகளை இணையத்தின் வழியாக விற்பனை செய்வது. இது மிக வேகமாக வளர்ந்து வருகிறது. குறைந்த செலவுடன் வாடிக்கையாளர்களுக்கு அதிக வசதிகளுடன்சிறிய வணிகங்கள் கூட அவர்கள் தயாரிப்பு அல்லது செய்திகளுடன் உலகளாவிய மார்க்கெட்டிங்கிற்கான கதவுகளைத் திறக்கிறது. தற்போது, சர்வதேச அளவில் தினசரி இண்டர்நெட்டை 25 கோடிக்கும் அதிகமான மக்கள் பயன்படுத்தும் நிலையில், இன்று மின்வணிகம் ஆண்டுக்கு 28% வளர்ச்சியைக் கொண்டிருக்கிறது. 'இ-காமர்ஸ்' என்பது ஓர் இணையதளத்தை வடிவமைப்பது, அதை நிர்வகிப்பது, அதில் விற்கும் பொருட்களை அறிமுகப்படுத்தி விளம்பரம் செய்து ஆர்டர்களை அதன் மூலமாகவே பெறுவது. அப்படிக் கிடைத்த ஆர்டரின் பொருட்கள்

வாடிக்கையாளர்களை விரைவாக அடையச் செய்வது, செய்த விற்பனையின் பணத்தை உடனடியாகப் பெறுவது போன்ற எல்லா விஷயங்களையும் உள்ளடக்கியது.

அமேஸான் அறிமுகப்படுத்திய வழி இது

கண்ணால் பார்க்க முடியாத ஒரு கடையில், கையில் காசு கொடுக்காமல் வாங்கியது, வீட்டின் கதவைத் தட்டும் விந்தையான வியாபாரம் இது. தகவல் பரிமாற்றத்திற்காகவும், மின்னஞ்சல் இணைப்புகளுக்கும் பெரிய நிறுவனங்களும், அரசாங்கத் துறைகளும் தங்கள் அறிவிப்புகளை வெளியிடப் பெருமளவில் பயன்பட்டுக் கொண்டிருந்த இணையதளத்தின்

மூலம் வியாபாரமும் பெரிய அளவில் செய்யமுடியும் என்று நிரூபித்தவர்கள் அமேஸான் என்ற நிறுவனத்தினர். அமெரிக்காவில் 1994-இல் புத்தகங்களை விற்பதற்கென்றே பிஸோஸ் (BEZOS) என்பவரால், அவர் வீட்டிலேயே மிக எளிமையாக ஆரம்பிக்கப்பட்ட ஒரு நிறுவனம், ஆன்லைன் புக் ஸ்டோர் என்று அழைத்துக்கொண்ட இவர் செய்தது, பெரிய புத்தகக் கடைகளின் கேட்லாக்கை தன்னுடைய அமேஸான் இணையதளத்தில் வெளியிட்டு, ஆர்டர் செய்தவர்களுக்கு அந்தப் புத்தகக் கடையின் மூலமே கேட்ட புத்தகங்களை அனுப்பி வைத்து, தன் கமிஷனை பெற்றுக் கொண்டதுதான். முதல் இரண்டு மாதங்களில் ஆன விற்பனை 20,000 டாலர்கள். அமெரிக்காவைத் தாண்டி பல

நாடுகளிலிருந்தும் ஆர்டர்கள் வந்தபோது, வாய்ப்பை நன்றாகப் பயன்படுத்திக்கொண்டு பல புதிய வழிமுறைகளை உருவாக்கி வளர்ந்தவர்கள். இன்று, உலகின் மிகப்பெரிய புத்தகக் கடையாக அறியப்பட்டுப் பல மொழிப்புத்தகங்களை – தமிழ்ப் புத்தகங்கள் உட்பட விற்றுக்கொண்டிருக்கிறார்கள். கடந்த சில ஆண்டுகளில் புத்தகங்களோடு பலவகையான பொருட்களையும் விற்றுத் தள்ளுகிறார்கள். கடந்த ஆண்டு (2012) இவர்களுடைய மொத்த வியாபாரம் 61 பில்லியன் அமெரிக்க டாலர்கள் (ஒரு பில்லியன் 100 கோடி). உலகின் பல நாடுகளில் இயங்கும் இவர்களுக்கு, இன்று உலகம் முழுவதும் 88,000 பணியாளர்கள். வணிகத்தில் இ-காமர்ஸின் வலிமையைக் கண்டுபிடித்து ஒரு புது வழிகண்ட வழிகாட்டி

இதெல்லாம் அமெரிக்காவில் செய்ய முடியும், நம் நாட்டில் நடக்குமா என்கிறீர்களா? முடியும் என நிரூபித்திருக்கிறார்கள் இரு இளைஞர்கள். சச்சின் பன்ஸால், பின்னி பன்ஸால் இருவரும் தில்லி ஐ.ஐ.டி. மாணவர்கள். படிப்பை முடிக்கும் முன்னரே அமேஸானால் வேலைக்குத் தேர்ந்தெடுக்கப்பட்டவர்கள். ஓராண்டுப் பணிக்குப்பின் அமேஸான் மாடலில் 2007-இல் பெங்களூருவில், பிளிப்கார்ட் (FLIPKART) என்ற பெயரில் ஓர் ஆன்லைன் புத்தகக் கடையை 4 லட்சம் ரூபாய் முதலீட்டில் ஆரம்பித்தார்கள். அமேஸானை போலவே புத்தகத்தில் ஆரம்பித்து, இன்று எழுதும் பேனாவிலிருந்து ஏர்கண்டிஷன்கள் வரை சகலமும் விற்கிறார்கள் இந்தப் புத்திசாலிகள். இந்திய சூழ்நிலைக்கு ஏற்ப, கிரெடிட் மற்றும் டெபிட் கார்டுகள் மூலம் வியாபாரம் செய்வதுடன், பொருளை டெலிவரி

தருபவரிடமே பணம் கொடுத்துப் பெற்றுக்கொள்ளும் புதிய முறையையும் அறிமுகப்படுத்தி வெற்றி கண்டவர்கள். கார்டுகள் இல்லாதவர்களுக்கும் ஏற்ற மிக எளிதான இந்த முறையினால், இவர்கள் வியாபாரம் பல மடங்கு அதிகரித்திருக்கிறது. மொத்த வியாபாரத்தில் இந்த ஆண்டு 500 கோடி ரூபாய் இலக்கைத் தொடப்போகிறார்கள். இந்த பிளிப்கார்ட்டை போல இப்போது வேறு சில நிறுவனங்களும் உருவாகியிருக்கின்றன. இந்த விஷயங்கள் எல்லாம் இந்த இண்டர்நெட் மூலம் பிசினஸ் செய்வதில் உள்ள வாய்ப்புகளை நமக்குச் சொல்லுகிறது.

நம் பிசினஸுக்கு இது அவசியமா? இணையம் மூலம் பிசினஸ் செய்ய விரும்புபவர்கள், முதலில் தங்களையே கேட்டுக்கொண்டு முடிவு

செய்ய வேண்டிய முக்கியமான விஷயம், ‘எனது பிசினஸுக்கு இது அவசியமா? என்பதுதான். அப்படி அவசியமானால், இ-காமர்ஸின் எந்தப்பகுதி தேவை? இ-மார்க்கெட்டிங்கா அல்லது இ-டிரேடிங் (onlineselling) எனப்படும் வணிகப் பகுதியா என்பதைத் தீர்மானித்து அதற்காகத் திட்டமிட வேண்டும். ஏனெனில், தரப்பட்ட தவறான ஆலோசனைகளினால் இந்த வேறுபாடுகள் தெரியாமல், இதில் இறங்கி லாபம் ஈட்ட முடியாமல் தவிப்பவர்களும் இருக்கிறார்கள். இ-மார்கெட்டிங் என்பது, உங்கள் தொழில் அல்லது வியாபாரம் பற்றிய விவரங்கள் உள்ள உங்கள் இணைய தளத்தைப் பற்றி மற்ற இணையதளங்களில் அல்லது அது போன்ற வாய்ப்புள்ள இடங்களில் விளம்பரம் செய்வது. நீங்கள் இ-மெயில் அனுப்பும்போது அல்லது படிக்கும்போது அருகில்

சம்பந்தப்பட்ட விளம்பரம் வருவதைப் பார்த்திருப்பீர்களே? அதேபோல் ஒரு வலைப்பூவைப் படிக்கும்போது இடையில் குறுக்கிடுகிறதே விளம்பரங்கள், இவையெல்லாம் இ-மார்க்கெட்டிங்கில் ஒரு வகை. நீங்கள் ஒரு பொருளை இணையம் மூலம் விற்று, வாங்குபவர்கள் அவர்களின் கிரெடிட் அல்லது டெபிட் கார்டு மூலம் பணம் செலுத்தி, அது உங்கள் வங்கிக் கணக்கில் வரவு வைக்கப்படும் வசதியுடன் இருந்தால் அது இ-டிரேடிங். இதில் எது உங்களுக்குத் தேவை எனத் தீர்மானியுங்கள்.

செய்யப்போவது விளம்பரமா, வியாபாரமா?

நீங்கள் செய்யப்போவது புத்தகங்களை அல்லது சிடிக்களை விற்பனை செய்யும் வியாபாரம் என்றால், நீங்கள் அதை இணையத்தின் மூலமும்

செய்யலாம். செய்யப்போகும் தொழில், கார்களில் பயன்படுத்தக்கூடிய சிறிய மோட்டார்.அல்லது அதன் பகுதிகள் என்றால், நீங்கள் இணையத்தில் செய்ய வேண்டியது விளம்பரம் மட்டுமே. இதைப்போல நீங்கள் செய்யப்போகும் தொழிலின் அடிப்படையில் அது யாரை அடைய வேண்டும் என்கிற இலக்குதான் இந்த விஷயத்தைத் தீர்மானிக்கிறது. இணைய விளம்பரங்களில் பல வகைகள் இருக்கின்றன. எந்த மாதிரி விளம்பரங்கள், எப்படிப்பட்ட தளங்களில் செய்யப்படவேண்டும் என்பதற்கு வல்லுநர்களின் ஆலோசனை அவசியம். விளம்பரங்கள் வெளியாகியிருக்கும் மற்ற தளங்களிலிருந்து அதை கிளிக் செய்தால், உங்கள் தளத்திற்கு வரும் முறையில் இருக்க

வேண்டும். இதற்கு வெப் டிசைனர்கள் உதவி செய்வார்கள்.

இணையதளம் இருக்கவேண்டிய அவசியம்

இணையத்தின் மூலம் விற்பனையோ அல்லது விளம்பரமோ செய்யத் தேவையான முக்கியமான விஷயம், உங்கள் நிறுவனத்திற்கென ஓர் இணைய தளம். இதை மிகுந்த கவனத்துடன் உருவாக்க வேண்டும். இன்று கூகுள் போன்ற சேவை வழங்கும் நிறுவனங்கள், இலவசமாக நீங்களே மிக எளிதாக இணையதளங்களை உருவாக்கிக்கொள்ள உதவுகின்றன. ஆனால், பிசினஸ் என்று இறங்கியபின் இம்மாதிரி

இலவசத் தளங்களைப் பயன்படுத்துவதைவிட, உங்கள் நிறுவனம் இருப்பதை சிறப்பாகக் காட்டிக்கொள்ள, உங்களுக்கே உரியதான தனிப்பட்ட டொமைன் பெயரை வைத்துக் கொள்வது தான் நல்லது. ஒரு *www.yourcompanyname.com* இணையதளம், இலவச வழங்குநர் அல்லது ஆன்லைன் சேவை ஆகியவற்றின் துணை முகவரிகளைப் *(www.yourISP.com/yourcompany)* விட நல்லது. இணையத்தின் மூலம் நேரடி வியாபாரம் செய்யப்போவதில்லை என்றாலும் உங்கள் தயாரிப்புகளை, விற்கும் பொருட்களை விளக்கமாகப் படங்களுடன் சொல்லும் ஓர் இணையதளம் அவசியம். இன்றைக்கு ஒரு நிறுவனம் அதன் பெயரை *WWW* என்கிற சொற்களுடன் அறிவித்துக்கொள்வது கௌரவமான, அவசியமான விஷயமாகவும்

கருதப்படுகிறது. ஒரு வலைத்தளத்தை நிறுவிவிட்டால் போதும், மக்கள் உங்களைத் தேடி வருவார்கள், தாங்களாகவே கண்டுபிடித்துக் கொள்வார்கள் என எதிர்பார்க்காதீர்கள். மற்ற இணையதளங்களின் மூலமும் விளம்பரங்கள் செய்வதன் மூலமும்தான் உங்கள் தளத்தின் பார்வையாளர்கள் எண்ணிக்கையை அதிகரிக்க முடியும். இதனால்தான் இன்று நிறுவனங்கள் விளம்பரங்களில் மட்டுமில்லாமல், சிற்றேடுகளிலும் வணிக அட்டைகள், லெட்டர்ஹெட் ஆகிய அனைத்திலும் அவர்கள் வலைத்தள முகவரியை இடம் பெறச் செய்கிறார்கள். உங்கள் மின்னஞ்சல்களில் ஒவ்வொரு முறையும் கடிதத்தின் இறுதியில் உங்கள் தளத்தின் பெயர் இடம் பெற, அதை கிளிக் செய்தால் உங்கள் தளத்திற்கு நேரிடியாகச்

செல்லும் வசதி இருக்கிறது. இது இலவசம். பயன்படுத்திக்கொள்ளுங்கள். உங்கள் வலைதளத்தை Yahoo! http://www.yahoo.com/>, Excite , Infoseek http://www.infoseek.com/>, Lycos , Google.com தேடுபொறிகளில் பதிவு செய்யுங்கள். குறைந்த கட்டணத்தில், உங்கள் URL & பல பொறிகளிலும் கோப்புகங்களிலும் பதிவு செய்யக்கூடிய சேவைகள் பல உள்ளன. உங்கள் ‘மாயா பஜார் எங்கே இருக்கப்போகிறது? நீங்கள் உங்கள் வியாபாரத்தை இண்டெர்நெட் மூலம் செய்ய தீர்மானித்திருந்தால், இந்த 5 விஷயங்கள் முக்கியமானவை.

1) நீங்கள் உங்கள் தளத்தைச் செயல்படுத்தும் முன்பு, மின்வணிகத்தின் நோக்கத்தில் தெளிவாக இருக்க வேண்டும். மின்வணிகம்

மட்டுமே செய்யப்போகிறீர்களா அல்லது ‘இதையும் இருக்கும் பிசினஸுடன் செய்யப்போகிறீர்களா? இது தளத்தின் உள்ளடக்கத்தை வடிவமைப்பதற்கு மிக உதவும்.

2) வழக்கமான கடையின் இருப்பிடத்தைப் போலவே, உங்கள் ‘மாயக் கடையின் (வலைத்தளம்) இருப்பிடமும் மிக முக்கியம். நீங்கள், உங்கள் வலைத்தளத்தை ஒரு ஆன்லைன் மால்-இன் ஒரு பகுதியாக வைக்கப்போகிறீர்களா அல்லது மற்ற விற்பனையாளர்களிலிருந்து தனித்து இயக்க விரும்புகிறீர்களா என்பதை நீங்கள் முடிவு செய்ய வேண்டும். ஆன்லைன் மால்கள் – இவை, இவற்றின் பெயரைப் (URL -I)

பயன்படுத்தி, இவற்றின் இடத்தில், நீங்கள் ஆன்லைன் வணிகத்தை நடத்திக் கொள்ளலாம்.

3) ஒரு தனிப்பட்ட தளத்தை வைத்து உங்கள் பிசினஸை செய்யலாம், அது நல்லது. ஆனால், அந்தத் தளத்தைப் புதுப்பித்துப் பராமரிப்பது ஒரு தொடர்ந்த பணி. வாங்குபவர்கள் எங்கு இருக்கிறார்கள், அவர்களைச் சென்றடைவதற்கான வழிகளை வடிவமைப்பது மற்றும் ஆர்டர் செய்தல் மற்றும் வாடிக்கையாளர்களைத் திருப்திப்படுத்துதல், கணக்குகளை நிர்வகிப்பது போன்ற பல சவால்களை சந்திக்கத் தயாராகயிருக்க வேண்டும்.

4) ஆன்லைன் மூலம் உங்கள் வாடிக்கையாளர்களால் எளிதாக, விரைவாக ஆர்டர் கொடுக்கும்படியாக உங்கள் இணையதளம் அமைக்கப்பட்டிருக்க வேண்டும். அவர்கள் தரும் விவரங்கள் வேறு எதற்கும் பயன்படுத்தப்பட மாட்டாது என்ற உறுதி மொழியும் அதற்காகப் பெற்ற பாதுகாப்பு நிறுவன சான்றிதழின் விவரமும் இருக்க வேண்டும். உங்கள் தளம் பாதுகாப்பானது என்ற நம்பிக்கையை உருவாக்க வேண்டும்.

5) ஆன்லைனில் வெற்றி பெற, உங்கள் வாடிக்கையாளர்கள் உங்களுக்கு பணம் செலுத்துவது எளிதாக இருக்க வேண்டும். கிரெடிட் கார்டு மற்றும் சார்ஜ் (டெபிட்) கார்டுகள் ஆகியவைதான் பெரும்பாலும் பயன்படுத்தப்படுகின்றன. இதற்கு ஏற்ப,

உங்கள் வங்கிக் கணக்கு இருக்க வேண்டும். ஆன்லைன் மூலம் பணம் செலுத்துவது என்பது, வாடிக்கையாளர் மற்றும் வணிகர் ஆகிய இருவருக்குமே வசதியானது என்றாலும், சில வாடிக்கையாளர்கள் ஆன்லைனில் ஆர்டர் செய்வதை விரும்பாமல் இருக்கலாம். அவர்களுக்கு, இலவச தொலைபேசி ஆர்டர், தொலைநகல் ஆர்டர் மற்றும் அஞ்சல் ஆர்டர் ஆகிய வசதிகளை வழங்கவேண்டியிருக்கும்.

காணமுடியாத வங்கியில் ஒரு கணக்கு

இணையத்தின் மூலம் செய்யும் பிசினஸுக்கு பணம் உங்களுக்கு எப்படி வரும்? நேரடி பில்களுக்கு ஒரு வாடிக்கையாளரிடமிருந்து

கிரெடிட் கார்டு அல்லது டெபிட் கார்டு மூலம் பணம் பெறும் முறை உங்களுக்குத் தெரியும். அதே முறைதான் இதிலும் செயல்படுகிறது. ஒரே ஒரு சின்ன வேறுபாடு, வாடிக்கையாளர்கள் கார்டை நேரில் கொடுத்து கையெழுத்து இடுவதில்லை. அதற்குப் பதில், தங்கள் கார்டு விவரங்களை பாஸ்வேர்டு மூலம் அல்லது ரகசிய எண் மூலம் ஆன்லைனிலேயே பதிவு செய்து விடுவார்கள். உங்கள் வங்கிக் கணக்கில் பணம் சேர்ந்துவிடும். ஆனால், இப்படி கார்டுகளை உபயோகிப்பது எல்லா நேரங்களிலும் பாதுகாப்பானதாக இருக்காது என்ற தயக்கம் பலருக்கு இருப்பதால், இதற்காகவே ஏற்பட்ட ஓர் மாற்று ஏற்பாடுதான், பேபால்' (PAYPAL) என்ற நிறுவனம். இணையதளத்தில் பணப்பரிமாற்றம் செய்ய, டிஜிட்டல் முறையில் பணப்பட்டுவாடா செய்ய

உதவும் இ-காமர்ஸ் நிறுவனம் இது. இணைய வெளியில் உங்களால் கண்ணால் காண முடியாமல் இயங்கிக் கொண்டிருக்கும் ஒரு வங்கி இது. இந்த வங்கியில் நீங்களும் ஒரு கணக்கு வைத்துக் கொள்ளலாம். இந்தச் சேவையைப் பயன்படுத்த விரும்பும் வாடிக்கையாளர்களுக்கும் இதில் கணக்கு இருக்கும். உங்கள் வாடிக்கையாளர்கள் இணையதளத்தின் மூலமாக ஏதேனும் வாங்கினால், பாதுகாப்பாகப் பணம் செலுத்த இந்தக் கணக்கு உதவுகிறது. பே பால்' தன் வாடிக்கையாளர்களிடமிருந்து கிரெடிட் கார்டு மூலம் பெற்ற பணத்தை, அவர்கள் கணக்கிலிருந்து உங்கள் பே பால் கணக்கிற்கு மாற்றிவிடும். அதை உங்கள் வங்கிக் கணக்கிற்கு நீங்கள் ஆன்லைன் மூலம் மாற்றிக் கொள்ளலாம். வாடிக்கையாளர்களின் கடன்

அட்டை stair (Credit Card Number), (Bank Account Number) இவற்றைப் பொருள் வாங்கும் நிறுவனத்திற்குத் தெரிவிக்க வேண்டிய அவசியம் இல்லாததால், அவர்கள் பரிமாற்றம் (Transaction) மிகுந்த பாதுகாப்பானதாக மாறுகிறது. இந்த பேபால் மூலம் பணம் செலுத்தும் வசதியையும் நீங்கள் அளிக்க வேண்டும். இப்போது ஆன்லைன் ஷாப்பிங் என்பது அதிகரித்து வந்தாலும், பல வாடிக்கையாளர்கள் மின்வணிகத்திலிருந்து ஒதுங்கியே இருக்கிறார்கள். தங்கள் தனிப்பட்ட, மற்றும் கார்டுகளின் விவரங்கள் தவறானவர்களிடம் சிக்கி, பிரச்சினைகள் வருமோ என்ற பயம்தான் காரணம். ஆனால், அப்படி நிகழ்ந்த தவறுகள், நடந்து கொண்டிருக்கும் வர்த்தகத்தில் மிக மிகச் சிறிய அளவே என்றும், பாதுகாப்பு வசதிகளும்

அதிகரித்துக்கொண்டே இருக்கின்றன என்கிறது ஆராய்ச்சி அறிக்கைகள். வரப்போகும் 10 ஆண்டுகளில் 500% வளரப்போகும் இந்த மின்வணிகத்தில் ஜெயிக்கப்போகும் நீங்கள் இப்போதே இணைந்து, முன்பேநுழைந்தவர்களுக்கான அனுகூலங்களுடன் வாடிக்கையாளர்களைக் கவரத் திட்டமிடுங்கள்.

இன்று நண்பனில்
எழுதவேண்டியது! :

அமெரிக்காவிலிருந்து நம் புதிய கடைக்காக ஸ்நேகா அர்விந்த் ஒரு வெப்ஸைட் டிசைன் செய்து

அனுப்பியிருக்கிறார்.
சந்தோஷமான சர்ப்ரைஸ்.
ஒவ்வொரு பக்கமும் பேண்ட், டீ-
ஷர்ட், குர்தா, பார்மல் சூட் போன்ற
வடிவமைக்கப்பட்ட டிலைனில்
அழகாக இருக்கிறது. அந்தந்த
பிராண்ட்களின் ஸைட்டுக்கு லிங்க்
கொடுக்கலாம். இதை
முழுமையாக்கி, ஹோஸ்டிங்
செய்ய யாரைக் கேட்கலாம்
மிஸ்.ஜூலா ஜெயேந்திரன்
செய்வாரா? நாளை போன் செய்ய
வேண்டும்.

16 வாடிக்கையாளர் என்ற ராஜாக்கள்



இன்றைக்கு உலகம் முழுவதும் சிறிய, பெரிய வணிக மற்றும் இ உற்பத்தி நிறுவனங்கள் சந்திக்கும் சவால் என்ன தெரியுமா? வாடிக்கையாளர்களைத் தக்க வைத்துக் கொள்ளுதல் என்பதுதான். எந்த ஒரு பொருளுக்கும் இன்று எந்த அளவிற்கு மார்க்கெட் பெரிதாக வளர்ந்து கொண்டிருக்கிறதோ அந்த அளவு போட்டியும் வளர்ந்து கொண்டிருக்கிறது. வாடிக்கையாளர்களுக்கு விரும்பியவற்றைத் தேர்வு செய்யும் வாய்ப்புகளும் அதிகமாகிக் கொண்டே இருக்கின்றன. இதனால், இன்று புதிய வாடிக்கையாளர்களைப் பெறுவதும், இருப்பவர்களை நீடிக்கச் செய்வதும் நிறுவனங்களுக்கு ஒரு சவால் நிறைந்த பணியாகி விட்டது. பல பன்னாட்டு நிறுவனங்கள் இது குறித்து ஆய்வுகள்,

ஆராய்ச்சிகள் தொடர்ந்து செய்து கொண்டிருக்கின்றன. உற்பத்திப் பொருளின் மேம்பாட்டுக்கு ஆராய்வது போல (R&D) இதற்காகவும் பெரிய அளவில் பட்ஜெட் ஒதுக்கப்படுகிறது. புதிதாக தொழில் முனைவோர் புரிந்து கொள்ள வேண்டிய ஒரு விஷயம், உங்கள் வியாபாரத்திற்கு வரும் கஸ்டமர்களில் 80% பேர் ஏற்கெனவே ஒரு நிறுவனத்தின் கஸ்டமராக இருப்பவர்கள். அவர்களில் பலர், நீங்கள் என்னபுதிதாக செய்யப்போகிறீர்கள் என்பதைச் சோதிக்கிறார்கள். ஏற்கெனவே அவர்கள் வாடிக்கையாளராக இருக்கும் நிறுவனங்கள் அவர்களைத் தக்கவைத்துக்கொள்ளும் முயற்சியில் ஈடுபட்டிருக்கின்றன. இந்த நிலையில்தான் நீங்கள் உங்கள் தொழிலை ஆரம்பித்திருக்கிறீர்கள்.

யார் உங்களுடைய வாடிக்கையாளர்கள்?

இது உடனடியாக தீர்மானிக்க முடியாத, ஆனால் அவசியம் தீர்மானிக்கப்பட வேண்டிய ஒரு முக்கியமான விஷயம். முடிவெடுக்கத் தாமதமாகலாம். ஆனால், தவிர்க்கக்கூடாது. டார்க்கெட் எது என்று தெரியாமல் அம்புகளை வீசி வீணாக்கக் கூடாது. உங்கள் முதலீடு, தொழிற்திறன், உடன் உழைக்கும் டீம், இவற்றைப்போல மிக முக்கியமானது வாடிக்கையாளர்களை நிர்வகிப்பதும். என் நிறுவனத்தின் நல்ல வாடிக்கையாளர் யார் என்பதை எப்படிக் கண்டுபிடிப்பது? இதற்கான பதிலை உங்களைத் தவிர யாரும் சரியாகச்

சொல்ல முடியாது. ஏனென்றால், அதைக் கண்டுபிடிக்கப்போவது நீங்கள்தான். அதற்கு உங்களுக்குத் தேவையானது எல்லாம் அவர்களை அடையாளம் காண வேண்டிய ஆர்வம்தான். ஆற்றல், தானே வந்து சேரும். வாடிக்கையாளர்களில் பல ரகம் இருப்பார்கள். ஒவ்வொரு வாடிக்கையாளரும் இதில் ஏதாவது ஒரு ரகத்தைச் சேர்ந்தவர்களாகத்தான் இருப்பார்கள்.

1)அமைதியானவர்

2)ஆச்சரியப்படுத்துபவர்

3) கோபமடையவர்

4) அதிகாரம் செய்பவர்

5) தவறுகளை மட்டுமே பார்ப்பவர்

6) சேவையைப் பாராட்டுபவர்.

வாடிக்கையாளர் வெவ்வேறாக இருந்தாலும் அவர்கள்.அனைவருமே, நாம் நடத்தும் நிறுவனத்துக்கு இன்றியமையாதவர்கள். ஒவ்வொருவரும் ஏதோ ஒரு வகையில் பொருளின் தரத்தையோ, பணியாளரின் மனோபாவத்தையோ பற்றிய ஒரு செய்தியை நமக்கு உணர்த்துகிறார்கள். அவர்களைக் கையாளும்போது அவரால் கிடைக்கும் வியாபாரத்தின் அளவையும் கவனத்தில் கொள்ள வேண்டியது மிக அவசியம். 3, 4 மற்றும் 5 ரகத்தைச் சேர்ந்தவர்களிடம் கவனமாக

இருக்கவேண்டும். இவர்களின் கோபத்திற்குக் காரணம் அவர்களின் தேவையைப் புரிந்து கொள்ளாதது, பணியாளரின் உடல் மொழி *(Body language),* சேவையில் தாமதம் இவற்றின் ஏதோ ஒன்றுதான் காரணமாக இருக்க முடியும். இவர்களையும், தேவைக்கு அதிகமாக நம்மிடம் எதிர்பார்க்கும் வாடிக்கையாளர்களையும், சிக்கல்களை உருவாக்காமல் சமாளிக்கும் திறனை வளர்த்துக்கொள்ள வேண்டும். *CUSTOMER IS ALWAYS RIGHT* சில நேரங்களில் உண்மை இல்லை என்றாலுமே – நினைவில் கொள்ளுங்கள்.

வாடிக்கையாளர்களை எப்படித் தக்க வைத்துக் கொள்வது?

போட்டிமிகுந்த சூழ்நிலையில் மாறுபட்ட குணாதிசயங்களைக் கொண்ட வெவ்வேறு நபர்களிடம் அவருடைய எதிர்பார்ப்பு என்ன என்பதை எப்படிப் புரிந்துகொள்ள முடியும்? (You think like customer) நீங்கள் உங்களையே ஒரு வாடிக்கையாளராக உணர்ந்து செயல்படுங்கள் என்கிறார், பால்கிளின் *(Paul Gillin)*. இவர், வாடிக்கையாளர் சேவைகள் குறித்துப் பல புத்தகங்கள் எழுதியிருக்கும் பேராசிரியர். நீங்கள் வாடிக்கையாளராக இருக்கும் பெரிய நிறுவனங்களிடமிருந்து நீங்கள் எதிர்பார்க்கும்- தரமானபொருள், சரியான நேரம், நியாயமான விலை, அன்பான சேவை போன்றவற்றைத்தான் உங்கள் வாடிக்கையாளர்கள் உங்களிடம் எதிர்பார்க்கிறார்கள். நமது நிறுவனத்திடமிருந்து

வெளிவரும் பொருளோ, சேவையோ தரமாக இருக்க வேண்டியது கட்டாயம். மகிழ்ச்சியான, திருப்தியடைந்த ஒரு வாடிக்கையாளர் நம்மைப் பற்றிப் பிறரிடம் நல்ல விதமாகப் பேசலாம் அல்லது பேசாமல் போகலாம். ஆனால், அதிருப்தியான வாடிக்கையாளர் நமது நிறுவனத்தின் புகழை, குறைவான நேரத்தில் அதிக அளவில் சேதப்படுத்திவிட முடியும். உங்களுடைய போட்டியாளர்களை தெரிந்து கொண்டால், உங்கள் வாடிக்கையாளர்களின் விருப்பங்களை எளிதில் அடையாளம் கண்டு கொள்ள முடியும். எது அவர்களை அங்கு ஈர்க்கிறது. விலையா?

கஸ்டமர்கள் ஒரு குறிப்பிட்ட கடைக்குச் சொல்லுவதையும், ‘உங்கள் குடும்பத்தில் உங்கள் பெரியம்மாவின் கல்யாணத்திற்கே

நகைகள் செய்து கொடுத்திருக்கிறோம் என்று வாடிக்கையாளர்களிடம் சொல்லுவதையும்கூட கேட்டிருக்க முடியும். அத்தகைய உணர்வுகளை நீங்கள், உங்கள் நிறுவனத்தில் உருவாக்க வேண்டும். ராசியானது', நல்லவர்கள் போன்ற உணர்வுகளை தங்கள் வியாபாரத்துடன் வளர்த்தவர்கள், இன்று அதைப் பாரம்பரியம் என்றும் அவர்களுடைய தனித்தன்மையானது என்றும் வளர்க்கிறார்கள். இண்டர்நெட் பேங்க்கிங்கை அறிமுகப்படுத்தும் போது ஒரு தமிழ்நாட்டு தனியார் வங்கி, "ராசியான பேங்க்... ஈசியான பேங்க்' எனச் சொல்லுகிறது. ஏன் தெரியுமா? ராசியான பேங்க் என்பது, ஒரு சின்ன நகரத்தில் தோன்றி, 50 ஆண்டுகளில் நாடு முழுவதும் வளர்ந்த அவர்களின் USP இப்போது ஒரு நவீன தொழில் நுட்பத்தை அறிமுகப்படுத்தியதனால், அது மாறிவிடாது

என்பதை தங்கள் வாடிக்கையாளர்களுக்கு உணர்த்துவதற்குத்தான் அந்த உத்தி. உங்கள் தனிப்பட்ட எண்ணங்களும் சிந்தனைகளும் எப்படியிருந்தாலும் பல காலமாக இப்படிப்பட்ட விஷயங்களும், சென்ட்டிமெண்ட்களும் வியாபாரத்தின், தொழிலின் வெற்றிகளைத் தீர்மானிக்கும் விஷயங்களாக இருக்கின்றனஎன்பதை நீங்கள் உணர்ந்துகொள்ள வேண்டும். பல தரப்பட்ட வாடிக்கையாளர்களை திறமையாகக் கையாண்டு வெற்றிபெறப் போகும் நீங்கள், அதற்காக உங்கள் சொந்த விருப்புகளைத் தியாகம் செய்யக்கூட நேரலாம்.

வாடிக்கையாளர்கள் என்கிற ராஜாக்கள்

கஸ்டமர் இஸ் கிங்-ராஜாக்கள் எல்லாம் சதாரணக் குடிமகன்களாகிப் போன பின்னரும் இந்த வாசகம் நிலைத்து நிற்கிறது. காரணம், வணிக சமூகம் வாடிக்கையாளர்களுக்கு அளிக்கும் முக்கியத்துவம். ஓர் அமெரிக்க கார் நிறுவனம், கஸ்டமர்களை கடவுள் என்றே சொல்லி விளம்பரப்படுத்துகிறது. எந்த இடத்திலும் வாடிக்கையாளர்கள் தங்கள் வருகை உணரப்படவேண்டும், யாராவது தன்னைக் கவனிக்க வேண்டும் என்பதை விரும்புகிறார்கள். சமீபத்தில் ஒரு பெரிய வங்கியின் பொது மேலாளருக்கு வந்த கடிதம் இது. நான் உங்கள் வங்கிக்கிளையில் 35 ஆண்டுகளாகக் கணக்கு வைத்திருக்கிறேன். கடந்த சில வருடங்களாக ஒரு பெரிய

மாறுதலை உணர்கிறேன். உள்ளே நுழைந்த
உடனேயே மலர்ந்த முகத்துடன் பல
வாடிக்கையாளர்களை வணக்கத்துடன் பெயர்
சொல்லி அழைப்பதெல்லாம் இப்போது
போய்விட்டது. கவுண்ட்டர்களில் தலையை
நிமிர்த்திக்கூடப் பார்க்காமல், முன்னால்
இருக்கும் கம்ப்யூட்டரிலிருந்து கண்களை
எடுக்காமல், அடுத்த கவுண்ட்டரை நோக்கி
விரல் காட்டும் பணியாளர்கள்
அதிகரித்துக்கொண்டே இருக்கிறார்கள்.
அருகிலிருக்கும் மற்றொரு வங்கியில் நிலைமை
மாறுதலாக இருக்கிறது. உங்கள்
வாடிக்கையாளர்கள் இடம் மாறும் முன்
ஏதாவது செய்யுங்கள், விரைவான, தவறில்லாத
சேவைகளுக்காக கணினிகள் நிறுவப்பட்டிருந்த
போதிலும் வாடிக்கையாளர்களின்
எதிர்பார்ப்புகள் என்ன என்பதைக் காட்டும்

சாம்பிள் இது. வெளிநாடுகளில் சூப்பர் மார்க்கெட்களில் தொடர்ந்து பல நூற்றுக்கணக்கான நபர்களுக்கு பில் கொடுத்து பணம் பெறும் நபர் ஒவ்வொரு முறையும் சலிக்காமல் தாங்ஸ், ஹாவ் ஏ நைஸ் டே' என்கிறார்கள். புன்னகை செயற்கையாக இல்லாமல், வார்த்தைகள் இயந்திரத்தனமாக இல்லாமல் இருப்பதிலும் கவனமாக இருக்கிறார்கள். பல ஆண்டுகளுக்கு முன் நிறுவனங்களில் வாடிக்கையாளர் சேவை என்பது, 'வாடிக்கையாளர்களுக்கு உதவி' என்று சொல்லப்பட்டது. பின் இது, கஸ்டமர் சர்வீஸாக மாறியது. தொடர்ந்து இது, கஸ்டமர் சேட்டிஸ்ஃபேக்ஷன் அன்று அழைக்கப்பட்டு, இன்று கஸ்டமர் டிலைட்(CUSTOMER DELIGHT) என்ற நிலைக்கு உயர்த்தப்பட்டிருக்கிறது. அதாவது, வாடிக்கையாளர்களின்

எதிர்பார்ப்புகளுக்கும் மேலாக சந்தோஷத்தை அளித்து அவர்களை, “வாவ்” என்று சொல்ல வைப்பது.

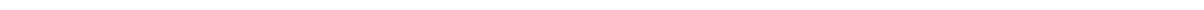
இன்று நிறுவனங்கள், வாடிக்கையாளர்களை மிக அதிகமான மகிழ்ச்சி நிலையில் வைத்திருக்க வேண்டும் என்பதை, தங்கள் ஊழியர்களுக்கு வலியுறுத்துகின்றன. இதை எப்படிச் செய்ய முடியும் என்பதை, பயிற்சிகள் மூலம் பல நிறுவனங்களில் பாடமாகவே சொல்லிக் கொடுக்கிறார்கள். பல பெரிய நிறுவனங்களே கஸ்டமர்களைப் பற்றி இவ்வளவு அக்கறையுடன் கவலைப்படும்போது, புதிதாகக் களத்தில் இறங்கியிருக்கும் நாம் மிக அதிகக் கவனத்துடன் நம் வாடிக்கையாளர்களைக் கையாளவேண்டாமா?

ஆழ்ந்து யோசித்து, உங்கள் நிறுவனத்திற்கு ஒரு நல்ல கஸ்டமர்சர்வீஸ் பாலிசியை தயாரிக்க ஆரம்பியுங்கள்.

இன்று நண்பனில் எழுதவேண்டியது! :

பதிவு செய்துகொண்டு பங்கேற்கலாம் என்கிற FICCI-யின் அறிவிப்பைப் பார்த்து, நேற்று ஒரு கூட்டத்திற்குப் போயிருந்தேன். திருமதி. சந்திரா தீலிப்குமார், வாடிக்கையாளர்களைச் சமாளிப்பதில் இன்றைய பிரச்சி னைகள் பற்றிப் பேசினார். அருமையான பேச்சு. மிகப் பயனுள்ளதாகக் கழிந்த மாலை.

பிசினஸ் கார்டு வாங்கியிருக்கிறேன். நமது ஆட்களுக்குப் பயிற்சி தருவாரா எனக் கேட்க வேண்டும். பீஸ் நிறைய இருக்குமோ?



17 பிசினஸ் செய்ய கடன் வாங்குவது அவசியமா?



சுய தொழில் முனைய வேண்டும் என்கிற எண்ணம் எழுந்தவுடேனேயே பலர் மனதில் முதலில் எழும் சில கேள்விகள்... கடன் வாங்க வேண்டியிருக்குமே? அது அவசியமா? எளிதில் கிடைக்குமா போன்றவைதான். வேறு சிலரோ கடன் வாங்கி கஷ்டப்படக்கூடாது. நம் சொந்த முதலீட்டில் என்ன செய்ய முடியுமோ, அதை செய்தால் போதும் என்ற எண்ணத்துடன் முயற்சிகளில் இறங்குகிறார்கள். இதிலிருந்து எழும் கேள்வி. சொந்த பிசினஸ் செய்ய, கடன் வாங்க வேண்டியது அவசியமா? முதலீடு மட்டும் போதாதா? மற்ற பல விஷயங்களைப்போல இதையும் தொழிலின் தேவைதான் தீர்மானிக்கிறது. வேகமாக வளர்ந்துவரும் போட்டிகள், விரிந்து கொண்டே போகும் மார்க்கெட், மாறிக் கொண்டே

இருக்கும் வாடிக்கையாளர்களின் விருப்பங்கள் இவை, தொழில் செய்வோர் அதில் அதிக மூலதனமிட வேண்டிய கட்டாயத்தை உருவாக்கியிருக்கிறது. தொடர்ந்து ஒரு தொழிலில் மூலதனத்தை இட எல்லோராலும் முடியாது. அதனால், தொழிலை வளர்க்க மட்டுமில்லை, தொடர்ந்து அதில் நீடிக்கவும் அதிகப் பணமிட வேண்டியது அவசியமாகிறது. நீங்கள் செய்யும் பிசினஸில் ஓரளவு லாபம் வரலாம்; ஆனால், கையில் போதிய பணம் இல்லை என்றால் உங்களால் நீண்ட நாளைக்கு பிசினஸில் தாக்குப் பிடிக்க முடியாது. ஆனால், உங்கள் பிசினஸில் லாபம் இல்லை என்றாலும், கையில் பணம் இருந்தால் நீண்ட நாளைக்கு உங்களால் பிசினஸ் செய்யமுடியும். நீங்கள் திட்டமிட்டிருக்கும் தொலைநோக்குத் திட்டத்தின் படி (ஐந்து ஆண்டுகளுக்குப்பின் என்

நிறுவனம் எங்கே இருக்கும்?) வளர முடியும். இந்தக் காரணங்களினால், கடன் வாங்கவேண்டியது அவசியம். கடன் வாங்கி, பிசினஸ் செய்வது தவறில்லை. ஆனால், சரியான அளவு கடன் வாங்கி, அதை திறமையாக நிர்வகித்து திருப்பிச் செலுத்தாமல் பிசினஸ் செய்தால்தான் தவறு.

எங்கே, எப்படிக் கடன் வாங்குவது?

உங்கள் தொழில் வளர, கடன் அவசியம் என்பதை நீங்கள் உணர்ந்தவுடனேயே நீங்கள் செய்ய வேண்டியது, என்ன மாதிரியான கடன் வசதிகள் உங்கள் தொழிலுக்குக் கிடைக்கும் என்பதைப் பற்றிய விரிவான ஆய்வு செய்து குறிப்புகள் எடுக்க வேண்டும். வங்கிக் கடன் என்பதைத் தவிர, மற்ற கடன் வசதி இருக்கும்

விஷயங்கள் உங்கள் தொழிலுக்குப் பொருந்துமா என்பதை அறிந்து கொள்ளுங்கள். இன்று மாநில, மத்திய அரசு நிறுவனங்கள், சில தனியார் டிரஸ்ட்கள் ஊக்கத் தொகையும் மானியங்களும் வழங்குகின்றன. நீங்கள் துவக்கப் போகும் தொழிலுக்கு அவற்றில் ஏதாவது இருக்கிறதா என்பதைப் பற்றி அறிந்து கொள்ளுங்கள்.

கடந்த சில ஆண்டுகளில், ஏஞ்சல் இன்வெஸ்டர்ஸ் *(Angel investors)* எனப்படும் முதலீட்டாளர்கள் இந்திய சிறு நிறுவனங்களில் முதலீடு செய்வதில், உதவுவதில் அதிக அக்கறை காட்டுகிறார்கள். இவர்கள் மூதலீட்டாளர்கள், கடன் கொடுப்பவர்கள். இதில் சில நிறுவனங்கள் உலகளாவியது. ஆனால், வழக்கமான கடன் வழங்கும் முறையிலிருந்து

மாறுபட்டவர்கள். இவர்களில் இரண்டு வகை. ஒன்று, ‘பிஸினஸ் ஏஞ்சல்கள் மற்றொன்று, ஃபைனான்ஷியல் ஏஞ்சல்கள். இந்த இரண்டாவது வகையினர், கடன் மட்டும் கொடுப்பவர்கள் அல்லது நிறுவனத்தில் லாபம் எதிர்பார்த்து முதலீடு செய்பவர்கள். முதல் வகையினர், தொழில்களில் மூதலீடு செய்யும் பெரும்பணக்காரரர்கள். சாதாரண நிலையிலிருந்து தங்கள் தொழிலில் உயர்ந்து, வெற்றி பெற்று பணம் சம்பாதித்தவர்கள். தாங்கள் பட்ட கஷ்டங்களை தங்களைப்போல தொழில் துவக்குகிறவர்கள் சந்திக்கக் கூடாது. நல்ல முயற்சியாக இருந்தால் நாமே முதலீடு செய்து உதவுவோம் என்ற எண்ணத்தில் தங்கள் வருமானத்தில் ஒரு பகுதியை ஒதுக்கி, இதற்காக தனி நிறுவனங்களை உருவாக்கியிருப்பவர்கள். இவர்கள் மூதலீடு செய்வதுடன் தொழில் வளரத்

தேவையான உதவிகளையும் செய்வார்கள். அதற்கு முன் உங்கள் தொழிலின் வெற்றி வாய்ப்பை அலசி ஆராய்வார்கள். இப்போது இந்தியாவிலேயே இப்படிப்பட்ட அமைப்புகள் தோன்றியிருக்கின்றன, ஒரு புதிய கண்டுபிடிப்பு, இருக்கும் ஓர் இயந்திரத்தில் மாறுதலான வடிவமைப்பு, இதுவரை யாரும் முயற்சிக்காத ஒரு முயற்சி போன்ற யோசனைகளையும் திட்டங்களையும் வைத்திருப்பவர்களுக்கு இது ஒரு வரப்பிரசாதம். கிராமத்தில் ஆடம்பரச் செலவுகளைத் தவிர்த்து, குறைந்த செலவில், படித்த கிராமப் பெண்களைப் பணியமர்த்திய பிபிஓ நிறுவனத்தின் பெண்மணியின் யோசனையை ஏற்று உதவியிருக்கிறது ஓர் ஏஞ்சல் நிறுவனம். சென்னை நகருக்கு வெளியே ஒரு கிராமத்தில் 100 பணியாட்களுடன் வெற்றிகரமாக இயங்குகிறது அந்தப்

பெண்மணியின் பிபிஓ (BPO). இந்த ஏஞ்சல்கள் எங்கே இருக்கிறார்கள் சொல்லுங்கள் என்கிறீர்களா? இணையத்தில் அலசுங்கள், சம்பந்தப்பட்ட புத்தகங்களில் தேடுங்கள், கண்டுபிடியுங்கள். தொழில் செய்து ஜெயிக்கப் போகும் உங்களுக்கு இதுவும் தெரிய வேண்டுமே.

தனியார் நிதி நிறுவனங்கள் பல இப்போது தொழில்களுக்கு கடன் உதவி செய்கின்றன. சில நிறுவனங்கள் மிகச் சிறப்பாகச் செய்கின்றன. பல அப்படி இல்லை. உங்கள் பகுதியில் சரியான நிறுவனம் எது என்பதை கவனமாக அறிந்து, தேர்ந்தெடுக்க வேண்டும். இந்தத் தனியார் நிறுவனங்கள் வழங்கும் கடனுக்கு ஈடாக சொத்து அல்லது தனிநபர் ஜாமீன்

கேட்பார்கள். வட்டி, வங்கிகளைவிட அதிகம் இருக்கும். இந்தத் தனியார் நிறுவனங்கள் இம்மாதிரி அடமானங்களுக்கு கடன் வழங்க, ரிசர்வ்

வங்கியால் அனுமதிக்கப்பட்டவர்களா என்பதை தெரிந்துகொள்ளுங்கள். விவரங்களை சரியாக அறிந்து கொள்ளாமல் இம்மாதிரி நிறுவனங்களிடம் கடன் பெற்று, சொத்துக்களையும் சொந்தத் தொழிலையும் இழந்தவர்களும் இருக்கிறார்கள். பிசினஸுக்கு வங்கிகளில் கடன் வாங்கலாம் என்பது பலர் பரவலாக அறிந்திருக்கும் ஒரு முறை. ஆனால், இது பலருக்கு எளிதான விஷயமாக இல்லை. இதற்கு மிக முக்கியக் காரணம், தங்களுக்கு வேண்டிய கடனைப் பற்றி அல்லது அதற்கான வழிமுறைகள் பற்றி

தொழில் முனைவோர் அறியாமலிருப்பதுதான். வங்கியில் நீங்கள் கடன் வாங்க விரும்பினால், முதலில் உங்களுக்குத் தெரியவேண்டியது, நீங்கள் வாங்க விரும்பும் கடன் எந்த வகையைச் சேர்ந்தது? அது எதாவது அரசு திட்டங்களின் கீழ் வருவதா அல்லது அம்மாதிரி திட்டங்கள் இல்லாமல் நேரடிக் கடனா என்பதுதான். வங்கிகள் இன்று பலவகையான கடன் திட்டங்களை அறிவித்திருக்கின்றன. ஒவ்வொரு வங்கியும் பல கவர்ச்சிகரமான பெயர்களில் கடன் திட்டங்களை அறிவித்தாலும் அவை அனைத்தும் அரசினாலும் ரிசர்வ் வங்கியினாலும் வழங்கப்பட்ட அடிப்படை வழிகாட்டுதல்களுக்கு உட்பட்டவைதான். உங்கள் தொழிலுக்கு நீங்கள் இம்மாதிரி திட்டங்களின் கீழ் கடன் வாங்க விரும்பினால்,

அதற்கான உங்கள் தகுதியை முதலில் உறுதி செய்துகொள்ளுங்கள்.

கடன் வாங்க உங்களை தகுதியாக்கிக் கொள்ளுங்கள்

ஒரு திட்டமாக அறிவிக்கப் பட்டிருக்கும் எந்தக் கடன் வசதியையும், தேசிய வங்கியிலோ அல்லது தனியார் வங்கியிலோ பெறுவதற்கான அடிப்படைத் தகுதிகளை உடையவரா நீங்கள் என்பதை உறுதிசெய்துகொள்ளுங்கள். வயது, கல்வி, அனுபவம், இருப்பிடம் போன்ற தகுதிகள் இல்லாமல் உங்கள் பிசினஸ் பிளான், இடம், சொந்த மூதலீடு எல்லாம் இருந்தாலும் கூட அந்தக் கடன் வசதியை நீங்கள் பெறமுடியாது. அதற்காக மனம் தளரக்கூடாது. அம்மாதிரி திட்டங்கள் இல்லாமலேயே

வங்கிகள், வளரும் தொழிலுக்கு கடன் வழங்க முடியும், வழங்கிக் கொண்டிருக்கின்றன. என் கடன் தேவை இம்மாதிரி திட்டங்களின் கீழ் இல்லை. தனியாக பரிசீலிக்க வேண்டிய விஷயம் என்பதை தெளிவாக முதலிலேயே சொல்லி விடவேண்டும். ஏதாவது கடன் திட்டங்களின் கீழ் வருமானால் அதன் உச்சவரம்பு, உங்கள் பங்களிப்பு சதவிகிதம் போன்றவற்றின் அடிப்படையில் உங்கள் கடன் திட்டங்களைத் தயாரிக்க வேண்டும், அடிப்படை தகுதிகள் இல்லாமல் விண்ணப்பித்து அது நிராகரிக்கப்பட்ட நிலையில், திட்டங்களை மாற்றி அமைக்கக் கூடாது. சமீபத்தில் சந்தித்த ஒரு வங்கியாளர் சொன்னது இது... ‘‘மிக ஆர்வத்துடன் என்னை சந்தித்த ஓர் இளைஞன் சொன்ன பிசினஸ் பிளானை கேட்டதும், இதே மாதிரி ஒரு

பிசினஸை செய்தவர், பிரச்சினைகளையும் நஷ்டத்தையும் சந்தித்திருக்கிறாரே?' என்று நான் சொன்னவுடன், அப்படியானால், நல்ல பிக்அப் ஆகும் ஒரு பிசினசை அல்லது ஈசியா கடன் கிடைக்கும் ஒரு பிசினஸை சொல்லுங்கள் என்று கேட்கிறார்."

இந்த இளைஞர் அந்த வங்கி மேலாளருக்கு அவரைப் பற்றிய எத்தகைய அபிப்பிராயத்தை ஏற்படுத்தியிருப்பார் என்பதை உங்களால் எளிதில் ஊகிக்க முடியும். இம்மாதிரி தவறுகளை நீங்கள் செய்யக்கூடாது. நாம் முதலில் அறிந்துகொண்ட, தங்க விதிகளில்: ஒன்றான தெளிவான குறிக்கோள் என்பதை நினைவுபடுத்திப் பாருங்கள். வங்கியாளர் நம்பிக்கையை சோதிப்பதற்காகக்கூட அம்மாதிரி சொல்லியிருக்கலாம். அவர்

குறிப்பிட்ட நபர் தோற்றதின் அடிப்படையான காரணங்களைக் கேட்டு அறிந்து கொள்ளாமல், அதற்கான கேள்விகளை எழுப்பாமல், தான் வெற்றி பெறுவதற்கான கொண்டிருந்த அடிப்படை நம்பிக்கைகளைப் பற்றிப் பேசாமல் வினாடி நேரத்தில் அடுத்த திட்டம் என்ற மனநிலையில் உள்ள மனிதர்களை வங்கிகள் நம்புவதில்லை. காரணம், அவர்கள் கையாள்வது மக்களின் சேமிப்புப் பணம். வங்கி மேலாளர்கள் திரும்ப வசூல் செய்ய முடியாத கடன் வழங்கப்படுவதற்கு பொறுப்பு ஏற்கவேண்டியவர்கள்.

நட்பான வங்கியை தேர்ந்தெடுங்கள்

பிசினஸை துவக்கும் கட்டத்திலேயே உங்கள் நிறுவனத்தின் நடப்புக் கணக்கை துவக்குவது பற்றிப் பேசியிருக்கிறோம். அதே வங்கியில் கடன் வாங்கப் போகிறீர்களா என்பதை முடிவு செய்துகொள்ளுங்கள். எதாவது காரணத்திற்காக வேறு வங்கியில் கடன் பெற முடிவு செய்திருந்தீர்களேயானால், வங்கிக் கணக்கை அந்த வங்கிக்கு மாற்றிக் கொள்ளுங்கள். இது அவசியம். எந்த வங்கியும் கணக்கு துவக்கிய சில நாட்களிலேயே கடன் வழங்க மாட்டார்கள். உங்கள்.நடப்புக் கணக்கினைக் கவனித்துக் கொண்டிருப்பார்கள். அருகிலிருக்கிறது, உறவினர் பணியாற்றுகிறார் போன்ற காரணங்களினால் மட்டுமே வங்கியை தேர்ந்தெடுக்காதீர்கள். அந்தப் பகுதியில் கடன்கள் வழங்குவதில் ஆர்வம் காட்டும் வங்கி, அதில் கடன் பெற்றவர்களின் அனுபவம்

போன்றவற்றின் அடிப்படையில் வங்கியை தேர்ந்தெடுங்கள். உங்களுடையது ஒரு சின்ன நடப்புக் கணக்காக இருந்தாலும் கடன் எதுவும் இல்லாவிட்டாலும் வங்கியாளர்களுடன் நட்பாக இருங்கள். வங்கி மேலாளர் மூன்றாண்டுகளுக்குள் மாறுபவர். அடுத்த நிலை அதிகாரிகள், ஊழியர்கள் எல்லோருக்கும் உங்களையும் உங்கள் நிறுவனத்தையும் தெரிந்திருக்க வேண்டும். இது கிளையின் தலைமை மாறினாலும் உங்களுக்கு உதவும்.

உங்கள் நடப்புக்கணக்கை மிக சீராகப் பராமரிப்பது அவசியம். அது கடன் வழங்கத் தீர்மானிக்கப்படும் விஷயங்களில் ஒன்று. நீங்கள் தரும் செக்குகள் எந்தக் காரணம் கொண்டும் பணம் இல்லாமல் திரும்பக்கூடாது. வங்கிகள் இதன் மூலம் உங்கள் பிசினஸ்

நிர்வாகத்திறனை மதிப்பிடுகிறது. முன் தேதியிட்ட செக்குகள், இந்த பிசினஸில் இதெல்லாம் சாதாரண விஷயம் போன்ற பதில்களை, உங்கள் கடன் தகுதியை நிர்ணயிக்கும் வங்கியாளர்கள் ஏற்பதில்லை. வங்கிக் கணக்குகள் மட்டுமில்லை, உங்களுடைய நிறுவனத்தின் கணக்குப் புத்தகங்களையும் சரியாகப் பாரமரிப்பது அவசியம். தவிர்க்க முடியாததைத் தவிர மற்ற எல்லா செலவினங்களையும் வங்கிச் செக்குகளின் மூலம்தான் செய்ய வேண்டும். கடன் கேட்டு விண்ணப்பிக்கும்போது நீங்கள், நிறுவனத்தின் மொத்த வியாபாரம் (TURNOVER) என்று தெரிவிக்கும் விஷயத்தை வங்கிகள் அவர்களிடமிருக்கும் நடப்புக் கணக்குகள் மூலம்தான் உறுதி செய்து கொள்ளும். விண்ணப்பத்தில் நடப்பு மொத்த வியாபாரம் 5

லட்சம் எனக் குறிப்பிட்டிருந்த ஒருவரின் வங்கிக் கணக்கு அந்தக் காலகட்டத்தில் 3 லட்சத்தைக்கூடத் தொடவில்லை. வங்கியாளர் விவரம் கேட்டபோது, பல வியாபாரங்களை ரொக்கம் (CASH) அடிப்படையில் நடத்தியதால், வங்கிக் கணக்கில் சேரவில்லை என்று சொல்லப்பட்டது. வங்கியாளர் அந்த ரொக்க வியாபார விவரங்களை நிறுவனத்தின் கேஷ்' புத்தகத்தில் காட்டச் சொன்ன போது, கடன் விண்ணபித்தவரால் காட்ட இயலவில்லை. புத்தகங்கள் சரியாகப் பராமரிக்கப் படவில்லை என்ற பதிலைக் கேட்டபின் எப்படி அந்த வங்கி, இவரது கடன் விண்ணப்பத்தை ஏற்கும்? இப்போது கடன் வாங்கும் தகுதிகளில் நமது கணக்குப் புத்தகங்களை சரியாகப் பராமரிக்க வேண்டியதும் ஒன்று என்று புரிகிறதா?

ஒரு நிறுவனத்தின் கடன் தேவையை வங்கிகள் எப்படி, எதன் அடிப்படையில் தீர்மானிக்கின்றன? நமது கடன் தேவைகளை எப்படி நாம் அறிந்துகொள்வது? அதை வங்கிக்கு எப்படிச் சொல்லுவது என்பன பற்றி தொடர்ந்து பேசுவோம்.

இன்று நண்பனில் எழுதவேண்டியது! :

அப்பா ஆசியுடன் தந்து, அம்மா பூஜையில் வைத்துத் கொடுத்த பணத்தைக் கட்டி, இன்று பாங்க் அக்கவுண்ட் ஆரம்பித்தாகிவிட்டது.

பாங்க் மானேஜர் ராஜன் நட்புடன் பேசியதும் உடனே செக் புத்தகம் வழங்கியதும் சந்தோஷமாக இருக்கிறது. முதன்முதலாக கடையின் பெயர் ரப்பர் ஸ்டாப் இடப்பட்ட செக்கில் கையெழுத்திட்டேன். அருணா ஆன்ட்டி, கடிதத்தில் எழுதியிருந்தது போல முதல் செக்கை ஆஸ்ரமத்திற்கு அனுப்பினேன். பெருமையாக உணர்ந்தேன்.


LOAN
APPLICATION
Address
Age
Date
Order

இன்று இந்தியா ஒரு பொருளாதார வலிமை கொண்ட நாடாக வளர்ந்து கொண்டிருப்பதற்கு ஒரு முக்கியக் காரணம், நமது வங்கிகளின் அமைப்பும் அவர்களின் கடன் வழங்கும் முறைகளும் தான். 30 ஆண்டுகளில் இந்திய வங்கிகள் சிறு, குறு, பெரும் தொழில்களுக்கு வழங்கியிருக்கும் கடன்கள் பல நூறு மடங்குகள் அதிகரித்திருக்கின்றன. இந்திய ரிசர்வ் வங்கி, நமது வங்கிகள் வழங்கும் மொத்தக் கடன்களில் 40%க்கு மேல், முன்னுரிமை பெற்ற பிரிவுகளுக்கு வழங்கப்படுவதைக் கட்டாயமாக்கி அதைத் தீவிரமாக கண்காணித்தும் வருகிறது. இந்த முன்னுரிமை பெறும் பிரிவில் சிறு மற்றும் மத்திய வகைக் கடன்களும் அடங்கும். இந்த விதிமுறை

தனியார் வங்கிகளுக்கும் பொருந்தும்.
இந்தியாவில் மட்டும்தான் ஒரே வங்கி எல்லா விதமான வங்கிப் பணிகளையும் செய்கிறது. விமான நிறுவனங்களுக்கு விமானங்கள் வாங்க, கோடிகளில் கடன் கொடுக்கும் வங்கியின் கிராமப்புறக் கிளை 10 ஆயிரம் ரூபாய் விவசாயப் பயிற்சிக் கடனும் தருகிறது. மேலும் தொழிற்கடன் பெறுவோர்களுக்கு இன்று மத்திய, மாநில அரசுகள் குறுந்தொழில் வளர்ச்சிக்குப் பல வகைகளில் சலுகைகள் அளிக்கின்றன. ஆண்டுதோறும் மாநில அரசின் சிறு மற்றும் குறுந்தொழிற் கொள்கை அறிவிப்புகளைக் கவனியுங்கள். இதில் வங்கிக்கடன் 5 லட்சமாக இருந்தால், 15% மானியம் வழங்கும் தொழில்களின் பட்டியலில் ஆண்டு தோறும் பல புதிய தொழில்களைச் சேர்ப்பதாக அறிவிக்கிறார்கள். இப்படிப்பட்ட

செய்திகளின் மூலம் நமது வங்கிகளில் சுய தொழில் துவக்க தாராளமாகக் கடன் வசதிகளை வழங்குகிறது என்பதைப் புரிந்துகொள்ளலாம். இதெல்லாம் கேட்பதற்கு சந்தோஷமாகத்தான் இருக்கிறது. ஆனால், வங்கிகளில் கடன் கிடைப்பது என்பது எளிதாகயில்லை.

“பலமுறை அலைந்திருக்கிறேன். சில சமயம் அவர்கள் சொல்வதையே புரிந்து கொள்ள முடியவில்லை. விதிமுறைகளைத் தெளிவாக சொல்லுவதில்லை என்று சொல்லும் நண்பர்களும் இருக்கிறார்கள். இவர்கள் சொல்வதில் முற்றிலும் உண்மையில்லை என்று ஒதுக்கி விட முடியாது. கடன் கொடுத்து அது திரும்பி வராமல் போனால், பதில் செல்லியாக வேண்டுமே என்னும் எண்ணத்தில் கடன் கொடுப்பதை சில வங்கிகளின் கிளை மேலாளர்கள் தவிர்க்கின்றனர் என்பது ஓரளவு

உண்மைதான். ஆனால், மாறாகப் பல வங்கி அதிகாரிகள் மிகுந்த ஆர்வத்துடன் தொழில் முனையும் இளைஞர்களுக்கு உதவி செய்து உயரச் செய்திருக்கிறார்கள் என்ற உண்மையையும் நாம் மறந்துவிட முடியாது. இதிலிருந்து நாம் புரிந்துகொள்ள வேண்டியது, வங்கிக் கடன் பெற நாம் செய்ய வேண்டிய முதல் பணி, அவர்களுக்கு நம் மீது ஒரு நல்ல நம்பிக்கையை உருவாக்க வேண்டும். நிச்சயம் திருப்பிக் கொடுத்துவிடுவார் என்ற நம்பிக்கையை உருவாக்க வேண்டும். தொழிற்கடன் கேட்டு, வங்கியை அணுகுகிறவர்கள் சொல்லும் ஒவ்வொரு வார்த்தையையும் உன்னிப்பாகக் கவனிப்பவர் வங்கி மேலாளர். அவரின் கேள்விகளுக்கு நீங்கள் தரும் நேர்மையான பதில்களில்தான் இருக்கிறது, நீங்கள் உருவாக்கும் நம்பிக்கை.

‘சார், நம்ம பிசினஸுக்கு எவ்வளவு கடன் கொடுப்பீர்கள்?’ என்று கேட்பவருக்கும், இங்கு எனக்கு ஆறு மாதமாகக் கணக்கு இருக்கிறது. தொழிலை வளர்க்க, கடன் வாங்க விரும்புகிறேன். ஒரு பிளான் வைத்திருக்கிறேன். அதுபற்றி எப்போது சந்தித்து விரிவாகப் பேச முடியும்?’ என்று கேட்கும் இளைஞனுக்கும் உள்ள வித்தியாசத்தை நீங்கள் வங்கி மேலாளராக இருந்தால், எப்படி உணர்வீர்கள் என்பதைச் சற்று யோசித்துப் பாருங்கள்.

வங்கிகள் நம்மிடம் என்ன எதிர்பார்க்கிறார்கள்?

உலகெங்கும் வங்கியாளர்கள் கடன் பெற விண்ணப்பிப்பவர்களிடம் நான்கு முக்கியமான விஷயங்களைத்தான் பார்க்கிறார்கள். அவை 4 'சி' கள் எனப்படுகின்றன. மூலதனம், திருப்பிக் கொடுக்கும் திறன், குணநலன், அடமானம் Capital. Capacity, Character. Collateral security. இதில் மூலதனமும் அடமானமும் எழுத்து வடிவில் நிரூபிக்கக் கூடிய விஷயங்கள். மூலதனம், தொழிலுக்குத் தேவையான மொத்தப் பணத்தில் 10% அல்லது 15 % இருந்தால் போதும். மீதியை வங்கி, கடனாகத் தரும் என்பது பலர் எண்ணிக் கொண்டிருக்கும் தவறான ஒரு விஷயம். இந்த சதவிகிதங்கள் ஒரு குறைந்தபட்சத் தகுதி, அதிக அளவில் மூலதனம் இருப்பது வங்கி வழங்கப்போகும் கடன் அளவைக் கணக்கிடத் தீர்மானிக்கும். சில விகிதங்களை உயர்த்த உதவியாக இருக்கும். வங்கிக் கடனுக்கு ஈடாக

ஏதேனும் சொத்து இருப்பதை வங்கி அறிய விரும்புகிறது. ஆனால், உங்கள் கடன் 10 லட்சம் அல்லது அதற்குக் குறைவாக இருந்தால், கடனுக்குச் சொத்து அடமானம் அவசியமில்லை என்பது ரிசர்வ் வங்கியின் விதிமுறைகளில் ஒன்று.

மற்ற இரண்டு விஷயங்களும் நம்பிக்கைகள் சார்ந்தவை. ஒரே நாளில் ஒருவரின் குணநலனை யாராலும் அறிந்து கொள்ளமுடியாது. அதிகபட்சம் வங்கி அறிந்து கொள்ள விரும்புவதெல்லாம் குடும்பச் சூழல், சட்டப் பிரச்சினைகளில் சிக்காதவர் போன்ற விஷயங்கள்தான். உங்களுடைய மற்ற வங்கிக் கடன், தனியார் கடன்கள், கடன் அட்டையில் வாங்கிய கடனில் இருக்கும் நிலுவைகள் பற்றி இப்போது வங்கிகள் நேரிடையாக

அறிந்துகொள்ளும் வசதிகள் இருக்கின்றன. உங்கள் பான் கார்டின் எண்ணைக் கொடுத்தால், கிரிஸில் (CRISIL) என்ற நிறுவனம் ஆன்லைனில் இதை வங்கிக்குச் சொல்லுகிறது. இது உங்களது கடனை நிர்வகிக்கும் திறனைக் காட்டும் அளவுகோல். இங்கே கவனிக்க வேண்டிய விஷயம், இந்தத் தகவல்களை நீங்கள் மறைத்து அதை வங்கி கண்டுபிடித்தால், அது உங்கள் குணநலனை பற்றிச் சொல்லும் ஒரு விஷயமாகிவிடும். அடுத்து, வங்கிகள் எதிர்பார்க்கும் மிக முக்கியமான விஷயம் உங்கள் திறன்கள்'. அதை எப்படி மதிப்பிடுகிறார்கள்? நீங்கள் தரும் விவரங்களில் – உங்கள் பிசினஸ் திட்ட அறிக்கையின் மூலமாகத்தான் அளவிடுகிறார்கள். அதனால், இந்தத் திட்ட அறிக்கையை மிகக் கவனமாகத் தயாரிக்க வேண்டும்.

என் தொழில் எந்த வகையைச் சேர்ந்தது?

இதைத் தயாரிப்பதற்குமுன் நீங்கள் விண்ணப்பிக்கும் கடன் எந்த வகையைச் சேர்ந்தது என்பதை அறிந்து கொள்ளவேண்டும். பல ஆண்டுகளாக SSI என்று அழைக்கப்பட்டு வந்த சிறு தொழில்கள் MSME (MICRO, SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES) என்று அழைக்கப்படுகிறது. இதில் மைக்ரோ லெவல் 1, மைக்ரோ லெவல் 2, ஸ்மால், மீடியம் என நான்கு பிரிவுகள் இருக்கின்றன. இவை உற்பத்தி செய்யும் தொழிலாகவோ அல்லது சேவைகள் வழங்கும் தொழிலாகவோ இருக்கலாம். இயந்திரங்கள் அல்லது உபகரணங்களில்

செய்யப்பட்டிருக்கும் முதலீட்டின் அடிப்படையில் இந்தப் பிரிவுகள் ஏற்படுத்தப்பட்டிருக்கின்றன (விவரங்களை அட்டவணையில் பார்க்கலாம்). இதில் நீங்கள் துவக்கப்போகும் தொழில் எந்தப் பிரிவில் வருகிறது என்பதைப் பார்த்து தெரிந்துகொள்ள வேண்டும். அவசியமானால், உங்கள் தேவைக்கேற்ப பிரிவை மாற்றிக் கொள்ள வேண்டும். பின்னர் திட்டத்தைத் தயாரிக்க வேண்டும். நீங்கள் துவக்கப் போவது ஏதாவது புதுவகைத் தொழில் அல்லது அந்தத் தொழில் *MSME* யின் கீழ் வருமா எனச் சந்தேகங்கள் இருந்தால், சென்னையிலுள்ள *MSME* அலுவலகத்தைத் தொடர்பு கொண்டு விளக்கம் பெறலாம். ஐஓபி போன்ற பல வங்கிகள் இந்தக் கடன் வசதிகளுக்கான விண்ணப்பங்களை தங்கள் இணைய தளத்திலேயே

வெளியிட்டிருக்கின்றன. அதிலிருந்து தரவிறக்கிக் கொள்ளலாம். அதன் அடிப்படையில் அந்தக் கேள்விகளுக்கு ஏற்ப, திட்டத்தை வடிவமைப்பது எளிதாகயிருக்கும்.

எவ்வளவு கடன் அவசியம்?

எனக்கு எவ்வளவு கடன் கிடைக்கும் என நீங்கள் வங்கியிடம் கேட்டால், உங்களுக்குத் தேவையான கடன் அளவை உங்களாலேயே அளவிட முடியவில்லை என்று தான் அர்த்தம். இப்படிப்பட்ட கேள்விகள் மூலம் வங்கிகளுக்கு உங்கள் மீதான மதிப்பீடுகள் குறைய அல்லது மாற வாய்ப்பிருக்கிறது. நான் கேட்கும் கடன் அதிகமாகவோ அல்லது குறைவாகவோ

இருந்துவிட்டால் என்ன செய்வது? நான் புதிதாக தொழிலை துவக்கப் போகிறவன், என்னுடைய தொழிலுக்கு எவ்வளவு கடன் தேவையாக இருக்கும் என்பதை நான் எப்படிக் கண்டுபிடிப்பேன் என்பவை உங்கள் கேள்வியா நண்பரே? இதற்கு சுலபமான வழி, அதை வங்கிகள் எப்படிக் கணக்கிடுகின்றன என்பதைப் புரிந்து கொண்டால் போதும். வங்கிகள் தொழில் வளர்ச்சிக்காக இரண்டு வகையான கடன்களை வழங்குகின்றன. ஒன்று, நீண்ட காலக் கடன். மற்றொன்று, குறுகிய காலக் கடன். உங்கள் தொழிலில் உற்பத்திக்காக ஓர் இயந்திரத்தை வாங்கினால், அதற்கான கட்டிட விரிவாக்கத்திற்காகக் கடன் வழங்கப்பட்டால், அது நீண்டகாலக் கடன் (அதிகபட்சம் 5 ஆண்டுகள்). உங்கள் விற்பனையை அதிகரிக்க அல்லது சரக்குகள் கொள்முதல் செய்ய,

வாங்கும் கடன்கள் குறுகிய காலக் கடன் வகையைச் சேர்ந்தது. உங்கள் திட்ட அறிக்கையில் இதில் எது தேவை, இரண்டுமா அல்லது குறுகியகாலக் கடன் மட்டுமா என்பது சொல்லப்பட வேண்டும். இந்தக் குறுகியகாலக் கடன் வசதி என்பது, உங்கள் தொழிலை அல்லது வியாபாரத்தை நடத்தத் தேவையான நடப்பு மூலதனத்தில், WORKING CAPITAL உங்கள் பங்களிப்புக்கு மேல் தேவையானவற்றை வழங்குவது.

இதை வங்கிகள் எப்படிக் கணக்கிடுகிறார்கள்?

நடப்புச் சொத்து+நடப்புக் கடன்கள் = நடப்பு மூலதனம்

என்ற ஃபார்முலாவை உபயோகிக்கிறார்கள். இதில் நடப்பு மூலதனம் (CURRENT ASSETS)

என்பது உங்கள் கையிலிருக்கும் பணம்,கையிலிருக்கும் சரக்குகளின் மதிப்பு மற்றும் உங்களுக்கு வரவேண்டிய பணம் இவற்றின் கூட்டுத் தொகை. இதிலிருந்து நீங்கள் செலுத்த வேண்டிய பில்கள், செலவுகளுக்கான கூட்டுத் தொகையைக் *(CURRENT LIABILITY)* கழித்து விட்டால், அதுதான் உங்களுக்கு வேண்டிய நடப்பு மூலதனம் *(WORKING CAPIAL),* இந்த நடப்பு மூலதனத்தின் அளவைக் கண்டுபிடித்தவுடன் அதை வங்கி உடனே கடனாகத் தந்துவிடாது. அப்படி வழங்கும் கடனை, உங்களால் திருப்பித் தர முடியுமா எனக் கணக்கிடுவார்கள். இதற்கு டி.எஸ்.சி.ஆர். என்ற விகிதத்தைப் பார்ப்பார்கள் *(Debt & Service Coverage ratio).* இந்த விகித்தை வங்கிகள் கணக்கிட, ரிசர்வ் வங்கி சில அடிப்படை விதிகளை அறிவித்திருக்கிறது. அதன்படி

உங்கள் பிசினஸில் மாத வருமானம் 30,000 ஆக இருந்தால், அதில் நீங்கள் கடனுக்கும் வட்டிக்கும் 20 ஆயிரம் செலுத்த வேண்டுமானால், மீதி 10,000 இருந்தால்தான் நீங்கள் பிசினஸை தொடரமுடியும். வங்கிகள் (Bussines plan /Project report) தயாரிக்கும்போது, உங்களுக்கு இந்த விவரங்கள் தெளிவாகிவிடும். என்ன இது ? இப்படி எல்லாம் கணக்குகள் போட்டால்தான் பிசினஸ் செய்ய கடன் வாங்க முடியுமா? இதெல்லாம் எனக்குத் தெரியாதே என்கிறீர்களா? கற்றுக் கொள்ளுங்கள். உடனே கற்றுக் கொள்ளுங்கள். ஜெயிக்கப் போகிறவர்கள் எப்போதும் கற்றுக்கொள்ளும் நிலையில் இருக்கவேண்டும், ஜெயித்தவர்கள், ஜெயித்த பின்னும் கற்றுக் கொள்வதை நிறுத்தாமல் தொடர்கிறார்கள் என்பதையும் நினைவில் கொள்ளுங்கள். இந்தத் திட்ட

அறிக்கையை நானே தயாரிக்க முடியுமா? ஆடிட்டர்கள் தயாரித்துக் கொடுப்பார்களா? அதில் வேறு என்னவெல்லாம் இருக்க வேண்டும்? சொல்ல முடியுமா? நிச்சயம் முடியும்.

நண்பனில் எழுதவேண்டியது! :

முன்னணி பிராண்ட் ஷர்ட் நிறுவனங்கள் என் முதல் சப்ளை ஆர்டருடன் இணைத்து அனுப்ப வேண்டிய அக்ரிமெண்ட் பாரங்களும் வங்கியிலிருந்து வாங்கி அனுப்ப வேண்டிய வங்கி கியாரண்ட்டிக்கான மாதிரி வடிவங்களையும் அனுப்பியிருக்கிறார்கள், இந்த மாதிரி கியாரண்ட்டியை வங்கியில்

தருவார்களா? அது நல்லதா? வங்கியில் சீனியர் மேனேஜராக இருந்து, இப்போது பிசினஸ் செய்யும் சரோஜா மேடத்திடம் இன்று இது பற்றிக் கேட்டு, முழுவதுமாக தெரிந்துகொள்ள வேண்டும்.

19 ஒரு திட்ட அறிக்கை எப்படி இருக்க வேண்டும் ?



இந்தியப் பொருளாதார வளர்ச்சியில் *SME* என அழைக்கப்படும் சிறு, குறுந் தொழில்களின் பங்கு மிக முக்கியமானது. நாட்டின் *45%* தொழில் உற்பத்தியையும், நாட்டின் ஏற்றுமதியில் *40%* பங்களிப்பையும், கோடி பேருக்கு மேல் வேலைவாய்ப்பையும் தரும் ஒரு துறையில் நீங்களும் கால் பதித்துக் களமிறங்க திட்டமிட்டிருக்கிறீர்கள். இந்தத் துறையினருக்கு வங்கிக் கடன்கள் ஒரு வரப்பிசாதம். *30* ஆண்டுகளுக்கு முன் இன்றுபோல் வங்கிகள் கடன் தர முன்வந்ததில்லை. அன்று மிகுந்த போராட்டங்களுக்கிடையே வங்கிக்கடன் பெற்று தொழில்களைத் துவக்கி ஜெயித்தவர்களைவிட நாம் இன்று அதிகக் கடன் வசதிகளையும் அது பற்றிய தகவல்களையும் பெறும் நல்ல நிலையிலிருக்கிறோம். தெளிவான திட்ட

அறிக்கைகள் *(PROTECT REPORTS)* வங்கிக் கடன் பெறுவதை எளிதாக்குகிறது. வங்கிக் கடன்களுக்கான திட்ட அறிக்கை என்பது எல்லோரும் பயன்படுத்தும் வகையில் இருக்கும் ஒரு படிவம் இல்லை என்பதையும், அது ஒவ்வொருவரின் தேவைக்கு ஏற்ப மாறுபடும் ஒரு முக்கிய ஆவணம் என்பதையும் புரிந்து கொள்ள வேண்டும். நீங்கள் செய்யப்போகும் தொழில், அது குறித்து நீங்கள் அறிந்திருக்கும் விஷயங்கள், சேகரித்த தகவல்கள், செய்யப் போகும் முதலீடு, மார்க்கெட்டிங் வாய்ப்புகள், வாடிக்கையாளர்கள், அவசியமான மூலப் பொருட்கள், அவை கிடைக்கும் இடம் போன்றவற்றுடன் மிக முக்கியமான தகவலான எவ்வளவு வருமானம், லாபம் கிடைக்கும், அதை அடைய உங்களுக்குத் தேவையான கடன்,

அந்தக் கடனின் வகைகள் இவ்வளவும் இருக்கவேண்டும். ஆடிட்டர்கள், வல்லுநர்கள் உதவியுடன்தான் இதைத் தயாரிக்க வேண்டுமா என்பது உங்கள் திட்ட அளவினைப் பொறுத்தது. 50 லட்சத்திற்கு மேற்பட்ட கடன் வசதிகள் அதுவும் உற்பத்தித் துறையாக இருந்தால், இவர்களின் உதவி அவசியம் தேவை. சிறிய அளவில் 10 முதல் 25 லட்சம் வரை நீங்களே தயாரிக்கலாம். தயாரித்ததை ஆடிட்டரிடம் காட்டி, ஆலோசனை பெறலாம். சிறிய கடன்களுக்கு வங்கிகள் ரிப்போர்ட்களை தொழில் முனைவோர் சுயமாக தயாரிப்பதைத்தான் விரும்புகிறார்கள்.

சமீபத்தில் ஒரு வங்கியில் திட்ட அறிக்கையுடன் பின்னல் ஆடைத் தயாரிப்புக்கு கடன் விண்ணப்பித்திருந்த ஒரு தம்பதி (இருவரும்

பார்ட்னர்கள்) நேர்முகத்திற்கு அழைக்கப்பட்டிருந்தனர். உலகப் பொருளாதாரச் சூழலில் துவங்கி, உள்ளூர் தொழிலாளர் பிரச்சினைகள் வரை பேசப்பட்டிருந்த முகவுரையுடன், பல விவரங்களுடன் தயாரிக்கப் பட்டிருந்த திட்ட அறிக்கை அது. வங்கியின் மேலாளரும் கடன் நிர்வகிக்கும் அதிகாரியும் அந்த அறிக்கையின் அடிப்படையில் கேட்ட சில சாதாரணக் கேள்விகளுக்குக்கூட அந்தத் தம்பதியால் பதில் சொல்ல முடியவில்லை. காரணம், அந்த அறிக்கை தயாரிக்கப்பட்டிருப்பது ஒரு வல்லுநரால். விண்ணப்பதாரர்கள்.அதை முழுவதுமாக படிக்கக்கூட இல்லை. நீங்கள் இப்படி ஒரு சூழ்நிலைக்குள் சிக்கக் கூடாது. அறிக்கை உங்களால் தயாரிக்கப்படவில்லை என்றாலும் அதில் சொல்லப்பட்டிருக்கும்

விவரங்கள் அனைத்தும் ஏன் ஒவ்வொரு வார்த்தையும் உங்களுக்கு நன்கு புரிந்திருக்க வேண்டும். அது பற்றிய வினாக்களுக்கு விளக்கமளிக்கக்கூடிய அளவிற்குப் புரிந்திருக்க வேண்டும். இன்று திட்ட அறிக்கையை தயாரித்துக் கொடுப்பதே சிலரின் பிசினஸாகி விட்டது. தொழிலைச் சொல்லுங்கள், அறிக்கை ரெடி என்ற அளவில் விளம்பரம் செய்கிறார்கள். இவர்களை அணுகாதீர்கள். சென்னையில் இயங்கும் டான்ஸ்டியா என்ற அமைப்பு (TFSC(TANSTIA & FNFService Centre), a collaborative venture between TamilNadu Small and Tiny Industries Association) 400-க்கும் மேற்பட்ட சிறு மற்றும் குறுந் தொழில்கள் முனைவோருக்கான திட்ட அறிக்கைகளைத் தயாரித்து அதை அவ்வப்போது மாறும் தகவல்களுடன் மேம்படுத்திக் கொண்டிருக்கிறது. இதை,

தொழில் முனைவோருக்கு உதவ வேண்டுமென்பதற்காக 100 ரூபாய் விலையில் வழங்குகிறார்கள். இதை வாங்கி, அதை மாதிரியாக எடுத்துக்கொண்டு நீங்கள் மட்டுமே தரக்கூடிய விவரங்களுடன் திட்ட அறிக்கைகளை முழுமையாகத் தயாரிக்கலாம். பல மாவட்ட தொழில் மையங்கள், வங்கிகளுடன் இணைந்து கருத்தரங்கங்கள் நடத்தி, பயிற்சி அளிக்கிறார்கள். அவற்றில் பங்கேற்றும் தெரிந்துகொள்ளலாம். திட்ட அறிக்கைகளுக்கு ஒரு குறிப்பிட்ட படிவம் என்பது இல்லாவிட்டாலும் இந்த விவரங்கள் இந்த வரிசையில் இருக்க வேண்டும்.

முக்கியமான முதல் பக்கம்

எக்ஸ்க்யூட்டிவ் ஸம்மரி (EXCUTIVE SUMMERY) என்ற இந்தக் குறுக்கிய செய்தி வடிவப் பக்கம் மிக முக்கியமானது. மிகச் சுருக்கமாக இந்தத் திட்டம் எதைப் பற்றி என்பதையும் உங்கள் தொழில் எந்தப் பிரிவின் கீழ் வருகிறது என்பதையும் கடன் எந்த வகையில் தேவை என்பதையும் விளக்கும் பகுதி, ஒரு பக்கத்திற்குள்ளாக இருக்க வேண்டும்.

உங்களைப் பற்றி

இது ஒரு வேலை விண்ணப்பம் இல்லை என்பதை நினைவில் கொண்டு இதை

எழுதுங்கள். முதலில் தொழில் அனுபவம், கல்வித் தகுதி, ஏன் இதைத் தேர்ந்தெடுத்திருக்கிறீர்கள்? முதல் தலைமுறை தொழில் முனைபவர் போன்ற விவரங்கள், உங்கள் எதிர்பார்ப்புகள், நம்பிக்கைகள் இதுவும் ஒரு பக்கத்திற்குள் இருக்கவேண்டும். நான் நாணயமாக கடனைத் திருப்பித் தருவேன். கல்வித் தகுதியைத் தவிர நான் பல்கலைக்கழகத்திற்காக கிரிக்கெட் ஆடியிருக்கிறேன் போன்ற விஷயங்கள் வேண்டாம்.

என்ன தொழில்

இது சற்று விரிவாக அடிப்படைத் தகவல்களிலிருந்து நீங்கள் பின்பற்றப்போகும் முறை. தேவையான இயந்திரங்கள், உதிரிப்பாகங்கள், விற்பனையில் நீங்கள் பின்பற்றப் போகும் மார்க்கெட்டிங் முறைகள், அந்தத் தொழிலில் இருக்கும் சவால்கள், வளரும் அதன் தேவைகளைப் பூர்த்தி செய்ய நீங்கள் களத்தில் இறங்கியிருப்பது, நீங்கள் இந்தத் தொழில் பற்றி அறிந்து கொண்டது எப்படி போன்ற தகவல்களை அழகாக சின்னச் சின்ன வாக்கியங்களில் சொல்லவேண்டும். வங்கியாளர்கள் அழகான ஆங்கிலத்தைவிட ஆழமான விஷயங்கள் சொல்லப்படுவதைத்தான் விரும்புவார்கள். அவசியமானால் மட்டுமே சார்ட்களோ, படங்களோ இந்தப்பகுதியில் இணைக்கலாம்.

இடம் மற்ற வசதிகள்

தொழில் அல்லது பிசினஸ் இருக்கும் அல்லது.துவக்கப் போகும் இடம் பற்றிய தெளிவான தகவல்கள். சொந்தமா? நீண்ட நாள் வாடகையா? மின் இணைப்பு போன்ற வசதிகள், இடத்தினால் உங்கள் தொழிலுக்குள்ள அனுகூலங்கள் போன்றவை இதில் சொல்லப்பட வேண்டும். அரசாங்க உரிமங்கள், மற்ற துறைகளிடம் பெற்றிருக்கும் அனுமதிகள் விவரங்களும் சொல்ல வேண்டும். எந்த அனுமதிக்காகவாது விண்ணப்பித்திருந்தால், அதைப் பற்றிய விவரங்களும் சொல்ல வேண்டும். சிறு தொழிற்சாலையாக இருந்தால், அதன் வரைபடமும் அதில் நீங்கள்

வாங்கப்போகும் இயந்திரங்களை பொருத்தப் போகுமிடமும் காட்டப்பட வேண்டும்.

ஏற்ற தொழில்நுட்பம்தானா?

உங்களுடையது உற்பத்தித் தொழிலானால், நீங்கள் கடைபிடிக்கப்போவது அதற்கேற்ற சரியான தொழில் நுட்பம்தானா என்பதைச் சொல்லும் ரிப்போர்ட்கள், அறிக்கைகள். இது அந்தத் தொழில் பற்றி நீங்கள் எவ்வளவு அப்டேட்டாக இருக்கிறீர்கள் என்பதைத் தெரிவிக்கும் விஷயம். இந்த டெக்னிக்கல் விஷயங்கள் வங்கியிலிருப்பவர்களுக்கு எப்படித் தெரியும், புரியும் என நினைக்காதீர்கள். இன்று வங்கிகளில் பொறியாளர்கள், புதிய

தொழில்நுட்பங்கள் அறிந்த வல்லுநர்கள், ஏன் கால்நடை மருத்துவர்கள்கூட பணியிலிருக்கிறார்கள். அவர்களுக்குத் தெரியும். இன்னும் சொல்லப்போனால், அவர்களுக்குப் பலவிதமான விண்ணப்பங்களைப் பார்க்கும் வாய்ப்பு இருப்பதால், நம் விஷயத்தில் நம்மைவிட அதிகம் தெரிந்தவர்களாகக்கூட இருப்பார்கள்.

மனித வளம்

உங்கள் தொழிலுக்கு, தொழிலாளிகளைத் தவிர வல்லுநர்கள் அவசியமா? அப்படியானால், அது யார்? அது நீங்களாகவே இல்லாத பட்சத்தில் அந்த நபரின் சேவை தொடர்ந்து கிடைக்க என்ன செய்திருக்கிறீர்கள்? துவக்கத்தில் எத்தனைப்

பணியாளர்கள்? தொடர்ந்து எத்தனைப் பேர் போன்ற விவரங்கள் இதில் தரப்படவேண்டும்.

கடனை நிர்ணயிக்கும் கணக்குகள்

இந்தப் பக்கங்கள் மிக மிக முக்கியமானவை. சில வங்கியாளர்கள் நேரடியாக இந்தப் பக்கத்திலிருந்துதான் படிக்க ஆரம்பிப்பார்கள், இதில் கடந்த சில ஆண்டுகளில் உங்கள் பிசினஸின் ஆண்டறிக்கையில் தரப்பட்டிருக்கும் மொத்த வியாபாரம், லாபம், செலுத்திய வரி, கட்டிய வட்டி போன்ற விவரங்களை எண்களின் மூலம் சுருக்கமாகச் சொல்ல வேண்டும். முழு விவரங்களை இணைப்பாகத் தரலாம். இதைத் தொடர்ந்து உங்களுக்குத் தேவையான நடப்பு

மூலதனமும் *(working capital)* அதற்கு உங்களிடமிருக்கும் பணத்திற்கு உள்ள இடைவெளியும் *(WORKING CAPIAL GAP)* எவ்வளவு என்று சொல்லப்படவேண்டும். இதுதான் உங்களுக்குத் தேவையான கடன் வசதி. இதைப்போல அடுத்த இரண்டு அல்லது 3 ஆண்டுகளுக்கு மாதம் தோறும் அதிகரிக்கும் வருமானம், அதிகரிக்கும் செலவுகள், வங்கிக் கடன், தவணை, வட்டி, நிரந்தரமான நிர்வாகச் செலவுகள், உற்பத்திச் செலவுகள் போன்றவற்றை யூகித்துக் *(PROTECTIONS)* கணக்கிட்டு, உங்களிடம் ஒவ்வொரு கட்டத்திலும் எவ்வளவு பணம் இருக்கும் என்பதைக் காட்டும் ஒரு பட்டியலை உருவாக்கிக் காட்ட வேண்டும். இதை உங்கள் ஆடிட்டரை கலந்தாலோசித்து செய்வது நல்லது. இது யூகங்களின் அடிப்படையில்

எழுப்பப்படும் ஒரு காட்சி அல்லவா? எப்படி அனைத்தும் சரியாக இருக்கும் எனத் தோன்றுகிறதல்லவா? உண்மைதான். உங்கள் கடந்த கால அடையாளங்களைக் கொண்டும் அந்தத் தொழில் பற்றிய அவர்களது அனுபவத்தின் அடிப்படையிலும் நீங்கள் யூகித்து உருவாக்கியிருக்கும் எதிர்கால எண்களை ஆராய்கிறார்கள். அவசியமானால், உங்கள் எண்களை மாற்றவும் யோசனை சொல்லுவார்கள். இவை அனைத்தும் இருக்கும் பக்க எண்கள் விவரங்களுடன் ஒரு பொருளடக்க அட்டவணை முதல் பக்கத்திற்கும் முன்பாக இருக்கவேண்டும்

அண்மையில் பாக்கு மட்டையிலிருந்து தட்டுகள், கப்புகள் செய்யும் தொழிலுக்கான ஒரு அறிக்கையில், இதை நான் எப்படி

மாறுதலாகச் செய்யப்போகிறேன்? என்பது, பக்க அட்டவணையிலிருந்த ஒரு தலைப்பு. வெறும் தட்டாக, கப்பாக இல்லாமல் மூடி எடுத்துப்போகும் வசதியுள்ள சின்னப் பெட்டிகளாக, அதன் தயாரிப்பு முறை பற்றி படங்களுடன் அந்தப் பக்கத்தில் விளக்கப்பட்டிருந்தது. அடுத்த வாரமே அந்தத் திட்டத்தைத் தந்தவர், நேர்முகத்திற்கு அழைக்கப்பட்டார். இதுபோல் உடனடியாகப் படிக்க வைக்கக்கூடிய வகையில் திட்ட அறிக்கை அமைய வேண்டும். சுருக்கமாக சொல்லப் போனால், உங்கள் திட்ட அறிக்கையைப் படித்து முடித்தால் எந்தக் கேள்வியும் எழக்கூடாது. அனைத்துக்கும் பதில் அதில் இருக்கிறது என்ற வகையில் இருக்க வேண்டும். ஆனால், நமது வங்கியாளர்கள் மிகத் திறமையானவர்கள். எப்படிப்பட்ட திட்ட

அறிக்கையானாலும் கேள்விகள் எழுப்புவார்கள். வங்கிக் கிளையில் நீங்கள் சமர்ப்பித்த அறிக்கையின் பரிசீலனை, அந்தக் கிளையின் அந்தஸ்துக்கேற்ப கையாளப்படும்.

பல வங்கிகளில் இன்று சிறு தொழில்களுக்கென கிளைகள் இருக்கின்றன. ஆரம்ப கட்ட பரிசோதனைகளுக்குப் பின்னர், நேர்முகத்திற்கு அழைக்கப்படுவீர்கள். சில வங்கிகளில் இதை இப்போது தவிர்த்து விட்டார்கள். சில வங்கிகள் நமது அதிக பட்ச பொறுமையைச் சோதிப்பார்கள். ஒருசில தொழில் முனைவர்கள் இந்தக் கட்டத்தில் வெறுத்துப்போய், முயற்சியிலிருந்தே ஒதுங்கியும் இருக்கிறார்கள். வெறும் கேள்விகளினால் நாம் மனம் தளரக் கூடாது. அவர்கள் எப்படி ஒரு நல்ல கடன் வாடிக்கையாளர் அமைய வேண்டும் என

எண்ணுவது போல நாமும் இந்தச் சோதனைகளை பொறுமையுடனும் நம்பிக்கையுடனும் சந்திக்கவேண்டும். நிறையக் கேள்விகள் கேட்கும் வங்கிகள்தான் வாடிக்கையாளர்களுக்கு அவசியமான நேரத்தில் தக்க உதவிகள் செய்கின்றன. ஒவ்வொரு வங்கிக் கிளைக்கும் ஆண்டுக்கு ஒரு குறிப்பிட்ட அளவு கடன் வழங்க வேண்டும் என்ற இலக்கு நிர்ணயித்திருப்பார்கள். அதனால், நீங்கள் ஒரு நல்ல வங்கியைத் தேடிக்கொண்டிருப்பதுபோல அவர்களும் ஒரு வாடிக்கையாளரைத் தேடிக்கொண்டுதான் இருக்கிறார்கள். சரியான திட்டமிடல், தெளிவான திட்ட அறிக்கை இருந்தால் கடன் நிச்சயம் கிடைக்கும். ஒரு திட்ட அறிக்கை நிராகரிக்கப்படுவதற்கு அதிலுள்ள குறைகள் தவிர வேறு காரணங்களும் இருக்கலாம். அது அந்த வங்கியின் கடன்

கொள்கைகளின்படி அவர்களுக்கு, அம்மாதிரி கடன்கள் அதிகரிக்க வேண்டாம் என்பதிலிருந்து நீங்கள் தேர்ந்தெடுத்திருப்பது போட்டி அதிகமிருக்கும் தொழில் என்பது வரை பல காரணங்களில் ஒன்றாக இருக்கலாம்.

ஆனால், உங்கள் திட்ட அறிக்கை நிராகரிக்கப்பட்டால் அதை எழுத்து மூலம் கேட்டுப்பெறுங்கள். இது அவசியம் மட்டுமில்லை, வங்கிகள் பின்பற்றவேண்டிய விதிகளில் ஒன்று. நீண்டகாலம் கடத்தியபின் அப்படியே வங்கியிலிருந்து திரும்பப் பெறக்கூடாது. ஒரு வங்கியில் மறுக்கப் பட்டால், உடனே வேறு வங்கியைத் தொடர்புகொள்ளுங்கள். தவறில்லை. நமது இலக்கு, நம் தொழிலின் வளர்ச்சிக்கான கடன். நமது செயல்திறன் முழுவதையும் பயன்படுத்தி

அதை அடைய வேண்டும். இந்தக் கட்டத்தில் குறைகளை மட்டுமே கண்டுபிடித்துச் சொல்லும் நண்பர்களிடமிருந்து விலகியே இருங்கள். துவண்டுவிடாமல் துணிந்து முயற்சியைத் தொடருங்கள் ஏனென்றால், நாம் ஜெயிக்கப் போகிறவர்கள். கடன் வாங்கக் கணக்கிடும் முறைகள் மற்றும் திட்ட அறிக்கை தயாரிக்க அறிந்துகொண்டது போல, பிசினஸில் ஜெயிக்க நமது தனிப்பண்புகளாக சிலவற்றை வளர்த்துக்கொண்டு நம்மை தயாரித்துக் கொள்ள வேண்டும்.

TANSTIA-FNF Service Centre,

B-22, Industrial Estate, Guindy,

Chennai – 600 032.

Tamilnadu,

India. Tel: 0091-44-22501451

Fax: 22500860

Email:tfsc(a)tanstiafnf.com, info@tanstiafnf.com

இன்று நண்பனில்
எழுதவேண்டியது!

உடனடியாக வங்கிக்கடன்
அவசியம் இல்லை என்றாலும் 6
மாதங்களில் தேவைப்படும் என்று
புரிந்து கொண்டேன். ஒரு நல்ல
புராஜெக்ட் ரிப்போர்ட் தயாரிக்க
உதவ வேண்டுமென்று ஆடிட்டர்
திலீப் குமார் சாரிடம் கேட்டேன்.
அவரது ஜூனியர்கள்,

கிளைண்ட்களின் பேலன்ஸ் ஷீட் வேலைகள் பிசியாக இருப்பதால், அடுத்த மாதம் சந்திக்கச் சொல்லியிருக்கிறார். கொண்டு போக வேண்டிய விவரங்களை குறித்துக் கொண்டு வந்திருக்கிறேன்.

20 ஜெயிக்கத் தயாராகி விட்டீர்களா?



உண்மை தெரியுமா? கடந்த சில ஆண்டுகளில் நாடு முழுவதிலும் சிறு தொழில்களையும், குறுந்தொழில்களையும் வங்கிகள், அரசு திட்டங்களின் உதவியுடன் துவக்கிய பலர், ஆயிரக்கணக்கானவர்கள் வெற்றி பெற்றிருக்கிறார்கள். ஆனால் மீடியாவின், விளம்பரங்களின் வெளிச்சங்கள் விழுந்த சிலர் மட்டுமே வெற்றியாளர்களாக அறியப்பட்டிருக்கிறார்கள். இப்படி அறியப்பட்ட, அறிமுகப்படுத்தப்பட்ட, வெற்றியாளர்களைத் தவிர பல வெற்றியாளர்கள் பல துறைகளில் இருக்கிறார்கள். பலர் விளம்பரங்களை விரும்புவதில்லை. சிலர், பெற்றதைப் பெரிய வெற்றியாகக் கருதாமல் இன்னும் அதிக

உயரத்தை அடையும் முயற்சியில் இருக்கிறார்கள். இவர்கள் இப்படி வெற்றி பெற்றதற்கு முக்கியக் காரணம், எது தங்களுடைய வெற்றி என்பதைத் தெளிவாக தீர்மானித்துச் செயல்பட்டதுதான்.

எது வெற்றி?

நீங்கள் வெற்றி பெற்றிருக்கிறீர்களா என்பதை எப்படி முடிவு செய்வது? உங்கள் தொழிலில் வெற்றி என்ற கட்டம் எது? தொழிலின் அல்லது வியாபாரத்தின் திட்டங்களை வடிவமைக்கும்போதே இந்த விஷயம் தெளிவாக முடிவு செய்யப்படவேண்டிய ஒன்று. முதலாண்டு இறுதியில் நாம் அடைய வேண்டிய

இலக்கு என்ன? தொடர்ந்து அடுத்த இரண்டாண்டில் அடைய வேண்டிய இலக்கு என்ன என்பது தீர்மானிக்கப் பட வேண்டும். கால், அரை ஆண்டுகளின் முடிவில் அந்த இலக்கு நோக்கிய பயணத்தில் எந்த அளவு கடந்திருக்கிறோம் என்பதைக் கண்டறிய வேண்டும். தொழில் முனைவோர் தங்கள் கனவுகளை எண்களோடு அதாவது டார்கெட்டோடு தொடர்புபடுத்தி தொழில் செய்ய பழகிக்கொள்ள வேண்டும். அவசியமானால், தொழிலுக்கான மாதாந்திரக் குறியீடுகளைக்கூட நிர்ணயித்துக் கொள்ள வேண்டும், அதைத் தவறாமல் அடைய வேண்டும். இப்படி நிர்ணயிக்கப்பட்ட இலக்கினை நோக்கி நகர்வதும் அதில் ஏதேனும் தொய்வு ஏற்பட்டால், திட்டமிட்டு அதைச் சமாளிப்பதும் தான் வெற்றி. இந்த முறையில்

பணி செய்யும் எவருக்கும் வெற்றி நிச்சயம். இங்கு மிக முக்கியமான விஷயம், சரியான இலக்குகளை, குறியீடுகளை நிர்ணயிப்பதுதான். எளிதாக அடையக்கூடிய இலக்குகளுடன் துவக்குவதும், அதை அடைந்த சந்தோஷத்தில் அடுத்ததைத் தொடர்வதும் தன்னம்பிக்கையை வளர்க்கும். அந்த நம்பிக்கை, நிறுவனத்தின் பலமாக மாறும். இன்று 5 ஆண்டுக்காலம் ஒரு சிறுதொழில் நிறுவனம் தங்கள் கடன்களை ஒழுங்காகச் செலுத்தி, புதிய இயந்திரங்களில் முதலீடும் புதிய ஆர்டர்களையும் பெற்றிருந்தால், அவர்களை வெற்றி பெற்றவர்களாக வங்கியாளர்கள் கருதுகிறார்கள்.

பெரிய அளவில் லாபம் ஈட்டாவிட்டாலும், சிறிய அளவில் நஷ்டம் அடைந்திருந்தாலும் கூட வங்கிகள் இந்த மதிப்பீட்டை மாற்றிக்

கொள்வதில்லை. எனவே, உங்கள் தொழிலின் வெற்றி என்பது நீங்களே தீர்மானித்திருக்கும் ஒரு வெற்றிக்கோடு என்பதையும், அதை அடைய வேண்டியதற்கான பயிற்சியையும், முயற்சியையும் செய்யவேண்டியது நீங்கள்தான் என்பதையும் புரிந்து கொள்ளுங்கள்.

முருகப்பா குழுமம் சென்னையை தலைமையகமாகக் கொண்ட 22,000 கோடி ரூபாய்கள் மதிப்புள்ள 30,000 பேர் பணி செய்யும் ஒரு மிகப்பெரிய குழுமம். இந்த நிறுவனத்தினர்தான் இந்தியாவில் முதன்முதலாகச் சைக்கிள் தயாரிக்கும் தொழிற்சாலையை சென்னையில் துவக்கியவர்கள். இன்று 28 தொழிற்துறைகளில் உலகம் அறிந்த பெயராக உயர்ந்திருப்பவர்கள். அதன் தலைவர் வெள்ளையன் சமீபத்தில் ஒரு

விழாவில் பேசும் போது, ‘இன்று எங்கள் தயாரிப்பில் பல பொருட்களில் அகில இந்திய அளவிலும், சிலவற்றில் ஆசியா அளவிலும் முதலிடத்தில் இருக்கிறோம். இப்போது ஏதாவது ஒரு தயாரிப்பில் உலக அளவில் முதலிடம் பெறவேண்டும் என்று முயற்சிக்கிறோம்’ என்றார். கவனியுங்கள், இன்று இந்தக் குழுமம் இருக்கும் நிலையில் அதன் நிறுவனங்கள் ஈட்டும் லாப சதவிகிதங்களுக்கு எந்த ஒரு புதிய இலக்கும் அவசியமில்லை. ஆனாலும் அதன் தலைவர் ஒரு புதிய இலக்கை உருவாக்கி, அதை நோக்கி நிறுவனத்தின் பயணத்தை வழி நடத்துகிறார். வெற்றியின் அடிப்படை, நாம் தீர்மானிக்கும் இலக்கு என்பது புரிகிறதல்லவா?

SAP – என்ற அமெரிக்க நிறுவனம், வெற்றிகரமான நிறுவனங்களை ஆராய்ந்ததில் ஓர் அடிப்படையைக் கண்டறிந்திருக்கிறது. தங்கள் நிறுவனத்திற்குத் தேவைகள் என்ன – எவற்றுக்கு முதலிடம் தரவேண்டும் – அவற்றை விரைவாகவும் திறமையாகவும் நடைமுறைப் படுத்துவது எப்படி? இந்த மூன்று கேள்விகளுக்கும் எந்த நிறுவனத்திடம் விடைகள் உண்டோ, அந்த நிறுவனம் பல புதுமைகளை உள்வாங்கிக் கொண்டு வேகமாக வளர்கிறது. வெற்றியை அடைகிறது என்பதுதான் அது.

வெற்றியைத் தரும் பழக்கங்கள்

வெற்றியின் மற்றொரு அளவுகோல், வெற்றிகளை பழக்கமாக்கிக் கொள்ளுதல். ஒரு வெற்றி வந்த மாத்திரத்திலேயே, தொடர்ந்து வெற்றிகளைக் குவிக்கிற வேகத்தை நீங்கள் வளர்த்துக்கொள்ள வேண்டும். தொடர்ந்து வெற்றிகளை நிகழ்த்திக் காட்டிக்கொண்டே இருக்கிறபோதுதான் ஒருவர் வெற்றியாளர் என்கிற அங்கீகாரத்தைப் பெறுகிறார். இதைச் சாதிக்க சில பழக்கங்களை மேற்கொள்ள வேண்டும். உங்கள் தொழில் பிரச்சினைகளுக்கு உடனடித் தீர்வுகளை யோசிக்கும் திறன் படைத்தவர்களாக உங்களை வளர்த்துக் கொள்வது அவசியம். தொழில் முனைவரான பின்னர் உங்கள் தனிமனித இயல்புகள், தன்னிச்சையாக வெளிப்பட வாய்ப்பு உள்ளது. அது தவிர்க்கப்பட வேண்டிய ஒன்று. நீங்கள் இயல்பாகவே உணர்ச்சி வசப்படுபவராக,

கோபப்படுபவராக இருந்திருக்கலாம். பிறரின் கூர்மையான சொற்களையோ, கடுமையான விமர்சனங்களையோ பொறுத்துக் கொள்ள முடியாத இயல்புடையவராக இருந்திருக்கலாம். ஆனால், தொழிலென்று வந்த பிறகு விமர்சனங்களை ஏற்கும் பக்குவம் வர வேண்டும். நிதானமும், பொறுமையும், குறிப்பிட்ட நேரத்தில் முடிவெடுக்கும் திறனும், எடுத்த முடிவை மாற்றிக் கொள்ளும் சாமர்த்தியமும், ஒரு பிரச்சினைக்குப்பல தீர்வுகளை யோசனை செய்வதையும் பழக்கமாக்கிக் கொள்ள வேண்டும். ஸ்டீபன் கோவே என்கிற நூலாசிரியர் எழுதிய புத்தகம் *The Seven Habits of Highly Effective People.* இந்தப் புத்தகத்தில் வெற்றியாளர்களின் பழக்கங்களாக இவற்றைப்பட்டியலிட்டிருக்கிறார்.

1) எதிர்பார்த்துச் செயல்படுதல் *(proactive)*

2) செயலின் இறுதி எது என்பதை உறுதியாக முடிவு செய்தபின் அதைத் துவக்குதல்

3) எது முதலில் அவசியமோ, அதை முதலில் செய்தல்

4) இரு தரப்பினருக்கும் வெற்றி என்ற நிலைப்பாடு *(WIN-WIN)*

5) தான் புரிந்துகொள்வதோடு, புரிந்து கொள்ளப்படுபவராகவும் இருப்பது

6) இருக்கும் சக்திகள் அனைத்தையும் ஒருமுகப்படுத்துவது

7) தீட்டப்படும் கத்திபோல எப்போதும் புதுப்பித்துக்கொண்டு தயாராக இருப்பது.

இவற்றைக் கூர்ந்து கவனியுங்கள்... உறுதியான இலக்குகளை முடிவு செய்திருக்கும், தன் சக்திகளை ஒருமுகப்படுத்தி. தான் செய்ய வேண்டியவற்றையும் வாடிக்கையாளர்களின் தேவைகளையும் நன்கு புரிந்துகொண்டு, தொடர்ந்து தன்னையும் புதுப்பித்துக் கொண்டு வெற்றி பெறத் துடிக்கும் ஒரு தொழில் முனைவருக்கு அவசியமான பழக்கங்கள் இவை என்பது புரியும். இவற்றை நீங்களும் பழக்கமாக்கிக் கொள்ள முயற்சி செய்யுங்கள்.

மனம் என்னும் மகத்தான சக்தி

மனித மனத்தின் சக்தி மிக மகத்தானது. தினசரி சில நிமிடங்கள் எதாவது ஒரு வகையில் மனதை ஒருமுகப்படுத்தும் முயற்சியிலிருங்கள். அது எந்த வகை தியானமாக இருந்தாலும் சரி. நான் செய்யப்போவது பிசினஸ். எனக்கு எதற்குத் தியானமும், ஆழ்மனப் பயிற்சிகளும்?' என்று எண்ணுகிறீர்களா? விளையாட்டில், விஞ்ஞானத்தில், கற்பிப்பதில், கலைத்துறையில், அரசியலில் வெற்றி பெற்றவர்கள் அனைவரும் இம்மாதிரி பயிற்சிகளை முயற்சித்து வெற்றிகரமாகப் பயன்படுத்திக் கொண்டிருக்கின்றனர்.

வெற்றியாளராக நீங்கள் கருதும் ஒரு பிசினஸ்மேனிடம் பேசிப்பாருங்கள். அவர்களது.அனுபவத்தைப் பகிர்ந்து கொள்வார்கள். இந்தியா முழுவதும் இன்று பல

குருஜிக்கள் நடத்தும் மனவளக் கலைப் பயிற்சிகளில் மாணவர்களுக்கு அடுத்து அதிகம் பங்கேற்பவர்கள் தொழில் முனைவோர்கள்தான். சில குருஜிக்களின் ஆஸ்ரமங்களிலும் பயிற்சி நிலையங்களிலும் இதற்காக விசேஷமான பயிற்சி வகுப்புகள் கூட இருக்கின்றன. 'சக்திகளில் மிகப்பெரிய சக்தி, நம் ஆழ்மனத்தின் சக்தி. அதைப் பயன்படுத்தி உங்களது லட்சியங்களை அது உங்கள் தொழில் அல்லது வியாபார வெற்றிக்கனவாக இருந்தாலும்கூட நிறைவேற்றிக்கொண்டு வெற்றி அடைய முடியும்'' என்கிறார், பல ஆயிரக்கணக்கானவர்களுக்கு ஆல்பா தியானப் பயிற்சி அளிக்கும் விஜயலஷ்மி பந்தையன். இதுபோல் ஏதேனும் ஒரு மனவளக் கலைப் பயிற்சியை தேர்ந்தெடுத்துக் கொள்ளலாம்.

மனவளத்துடன் சில எளிய உடற்பயிற்சிகளும் அவசியம்.

சொந்தத் தொழில் அல்லது வியாபாரம் வளரும் போது ஏற்படும் பிரச்சினைகளும் அழுத்தங்களும் உடல்நிலையை பாதிக்கச் செய்ய நேரிடலாம். நலமில்லாத உடல் நிலையில் முழு ஆற்றலுடன் வெற்றிகரமாக தொழிலைச் செய்வது என்பது மிகக் கடினமான விஷயமாகி விடக்கூடும், இதைத் தவிர்க்க, முதலிலிருந்தே உடற்பயிற்சிகளையும் ஒரு பழக்கமாக்கிக் கொள்ள வேண்டும். தினசரி ஜிம்முக்குப் போய் சிக்ஸ் பேக் என்பதெல்லாம் அவசியமில்லை. எளிய யோகா, நடை, நீச்சல், உடற்பயிற்சி போன்றவையே போதுமானவை. உடல், மனம் ஆகியவற்றைச் சீராக வைத்திருப்பதைப்போல உங்கள் தொழில்

அல்லது வியாபாரம் சார்ந்த செய்திகளை உடனே அறிந்துகொள்வதில் ஆர்வத்தை வளர்த்துக்கொள்ளுங்கள். செய்திகளில், தகவல்களில் எப்போதும் ஒரு கண் இருக்க வேண்டும். சம்பந்தப்பட்ட இணையதளங்கள், சானல்கள், பத்திரிகைகள் போன்றவற்றுடன் தொடர்ந்து தொடர்பிலிருங்கள்.

சமூகப் பொறுப்பு

தொழில் துவக்கி, வளரும்போதே நாம் சமூகத்திற்குச் செய்ய வேண்டியவை பற்றியும் சிந்தியுங்கள். இப்போதுதான் பிசினஸை துவக்கியிருக்கிறேன், அதற்குள் சாரிட்டியா? அதெல்லாம் நிறுவனம் வளர்ந்த பின்னர்,

கார்ப்பரேட் சோஷியல் ரெஸ்பான்ஸ்பிலிட்டியாக செய்ய வேண்டிய காரியங்கள் இல்லையா? என எண்ணாதீர்கள். இப்போதே இது உங்கள் பிசினஸில் ஓர் அங்கம் என்பதாகக் கருதுங்கள். துவக்க ஆண்டுகளில் மிகச் சிறியதாக இருந்தாலும் ஒரு குறிப்பிட்ட சதவிகிதத்தை இதற்கு ஒதுக்குங்கள். ஒரு சிறிய அளவு பணத்தில் என்ன பெரிதாக செய்துவிடமுடியும் என எண்ணாமல் துவக்குங்கள்.குறைந்த பட்சம் உங்கள் பணியாளர்களின் குழந்தைகளுக்கு கல்விச் செலவிற்கு உதவுவதிலிருந்து துவக்குங்கள். எந்த நல்ல அறப்பணியும் வீட்டிலிருந்துதானே துவங்குகிறது. பில்கேட், நாராயணமூர்த்தி, அஸிம் பிரேம்ஜி போன்றவர்கள், நிறுவனத்தின் துவக்க காலத்தில் மிக எளிய முறையில் துவக்கிய ஃபவுண்டேஷன்கள்தான் இன்று

பிரமாண்டமாக வளர்ந்திருக்கின்றன. பெரிய கனவுகளுடன் நல்ல எண்ணங்களையும் சேர்த்து விதைத்து, வளர்ந்த நிறுவனங்கள்தான் பிரமாண்டமான வளர்ச்சியுடன் வெற்றிகளைக் கண்டிருப்பதை நாம் பார்க்கிறோம். நம் நிறுவனமும் ஒரு நாள் இதுபோல் வளரும் என்று நம்புங்கள்.

ஜெயிக்கத் தயாராகி விட்டீர்கள்

தனக்கென ஒரு தொழிலை முனையத் துடிக்கும் உங்களை, நீங்களே தயார் செய்துகொள்ள உதவும் ஒரு முயற்சிதான் இந்தப் புத்தகம்.

இதில் எப்படி ஒரு தொழிலை, அதற்கான இடத்தைத் தேர்ந்தெடுப்பது, எப்படிப் பெயரிடுவது, எம்மாதிரியான வணிக அமைப்பில் துவக்குவது போன்றவற்றையும்,

மூலதனம் எப்படிப் பெறவேண்டும், பணியாளர்களைத் தேர்ந்தெடுப்பது, பயிற்சி அளிப்பது, சரியான முறையில் கணினியில் கணக்கிடுவது போன்ற பல விஷயங்களையும் பற்றி பேசியிருக்கிறோம். இணையத்தின் அவசியம் பற்றியும், அதன்மூலம் தொழிலைப் பெருக்கும் வாய்ப்புகள் பற்றியும் விவாதித்திருக்கிறோம். வங்கிகளின் கடன் திட்டங்கள், அமைப்புகள், அதைப் பெறும்முறை பற்றியும் பேசியிருக்கிறோம். வெற்றியாளர்கள், அதைப் பெற முடியாதவர்கள் பற்றிய வங்கிகள் தந்த கேஸ் ஸ்டடிகளையும் பார்த்தோம்.

இவை அனைத்தும் ஒரு தொழில் முனைபவர் அவசியம் அறிந்து கொள்ள வேண்டிய விஷயங்கள். இறுதியாக, இன்று தொழில்

முனைவோர் வெற்றி பெறுவதற்கு அவசியமான பழக்கங்களைப் பற்றியும் பேசியிருக்கிறோம். இன்னும் எதற்காகக் காத்திருக்கிறீர்கள்?

ஜெயிக்கப் போகிறவர்கள் திட்டமிட்டபின் காத்திருப்பதில்லை. துணிவுடன் நீங்கள் திட்டமிட்ட உங்கள் தொழிலை அல்லது வியாபாரத்தைத் துவக்குங்கள்.

இன்று நண்பனில் எழுதவேண்டியது! :

உன் துவக்க விழாவின் அச்சிட்ட அழைப்பிதழுடன் மிக

முக்கியமானவர்களுக்கு அவர்கள் பெயரிட்டு அழகாக ஒரு கடிதம் எழுதி, அதை கம்ப்யூட்டர் பிரிண்ட்டாகப் போடாமல் உன் கையெழுத்திலேயே எழுதி, இன்விடேஷனுடன் அனுப்பு. மாறுதலாகவும், மரியாதையாகவும் இருக்கும் என்று ஜனனி நேற்று இ மெயிலில் அனுப்பியிருந்த யோசனை நல்லது என்று பட்டது.

50 கடிதங்களை இந்த மாடலில் இன்று எழுதியிருக்கிறேன். இந்த அழைப்பிதழ்களை கூரியர் செய்வது, தினசரியில் விளம்பரத்திற்கான அப்ரூவல் போன்றவற்றை எல்லாம் நாளைக்குள் முடிக்க வேண்டும்.

அன்புள்ள.......

நலந்தானே.

என்.லட்சியக்கனவான ஒரு சொந்த பிசினஸை வரும் வெள்ளி 24-05-2013 அன்றுதுவக்குகிறேன். SMART என்ற பெயரில் ஒரு ரெடிமேட் டிரஸ் விற்பனை நிலையம். பெரிய பிராண்டுகளுடன், சில மீடியம் வகைகளும் டெயிலரிங் வசதியுடன் இருக்கும். அம்மா, அப்பாவுடன், சர்வதேச பிராண்ட் ஒன்றின் தென் இந்தியா வைஸ்பிரெஸிடெண்ட்டும் விளக்கேற்றி ஆரம்பித்து வைக்கப்போகிறார்கள். என் எதிர்காலத்திலும் நலனிலும் அக்கறை கொண்ட நீங்கள்,

குடும்பத்தினருடன் வந்து ஆசி கூறி
வாழ்த்தினால் சந்தோஷப்படுவேன்.
இடம். நேரம் போன்ற விவரங்கள்
இணைப்பிலிருக்கும்
அழைப்பிதழில் இருக்கின்றன.
அவசியம் வர வேண்டுகிறேன்.

அன்புடன் ஆதித்தியா.

*பக்கம் 14 - கேள்விகளுக்கான மதிப்பெண்கள் இங்கே *

கேள்வி எண்	அ	ஆ	இ	ஈ
1	**3**	**10**	**8**	**5**
2	**3**	**8**	**10**	**5**
3	**5**	**8**	**6**	**10**
4	**5**	**10**	**8**	**3**
5	**8**	**10**	**6**	**5**
6	**5**	**6**	**10**	**8**
7	**5**	**8**	**10**	**6**
8	**5**	**8**	**6**	**10**
9	**5**	**0**	**5**	**10**
10	**10**	**5**	**8**	**5**

- ***உங்கள் மார்க் 80+ ஆக இருந்தால்:**

சூப்பர் பாஸ் நீங்கள் இப்பவே முதலாளி

- *உங்கள் மார்க் **60+** ஆக இருந்தால்:*

உடனடியாக முயற்சிகளை துவக்குங்கள்

- *உங்கள் மார்க் **50+** ஆக இருந்தால்*

சொந்த தொழிலைத் தவிர நீங்கள் ஜெயிக்க ஆயிரம் வழிகள் இருக்கிறது நண்பரே.